

UNIVERZA V LJUBLJANI
EKONOMSKA FAKULTETA

MAGISTRSKO DELO

**DEJAVNIKI IZBIRE ZDRAVSTVENEGA ZAVAROVANJA
MED MLADIMI V SLOVENIJI**

Ljubljana, oktober 2016

SARA HOČEVAR

IZJAVA O AVTORSTVU

Podpisana Sara Hočevar, študentka Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, avtorica predloženega dela z naslovom Dejavniki izbire zdravstvenega zavarovanja med mladimi v Sloveniji, pripravljene v sodelovanju s svetovalko prof. dr. Ireno Ograjenšek in sosvetovalko prof. dr. Polono Domadenik

IZJAVLJAM

1. da sem predloženo delo pripravila samostojno;
2. da je tiskana oblika predloženega dela istovetna njegovi elektronski obliki;
3. da je besedilo predloženega dela jezikovno korektno in tehnično pripravljeno v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, kar pomeni, da sem poskrbela, da so dela in mnenja drugih avtorjev oziroma avtoric, ki jih uporabljam oziroma navajam v besedilu, citirana oziroma povzeta v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani;
4. da se zavedam, da je plagiatstvo – predstavljanje tujih del (v pisni ali grafični obliki) kot mojih lastnih – kaznivo po Kazenskem zakoniku Republike Slovenije;
5. da se zavedam posledic, ki bi jih na osnovi predloženega dela dokazano plagiatstvo lahko predstavljalo za moj status na Ekonomski fakulteti Univerze v Ljubljani v skladu z relevantnim pravilnikom;
6. da sem pridobila vsa potrebna dovoljenja za uporabo podatkov in avtorskih del v predloženem delu in jih v njem jasno označila;
7. da sem pri pripravi predloženega dela ravnala v skladu z etičnimi načeli in, kjer je to potrebno, za raziskavo pridobila soglasje etične komisije;
8. da soglašam, da se elektronska oblika predloženega dela uporabi za preverjanje podobnosti vsebine z drugimi deli s programsko opremo za preverjanje podobnosti vsebine, ki je povezana s študijskim informacijskim sistemom članice;
9. da na Univerzo v Ljubljani neodplačno, neizključno, prostorsko in časovno neomejeno prenašam pravico shranitve predloženega dela v elektronski obliki, pravico reproduciranja ter pravico dajanja predloženega dela na voljo javnosti na svetovnem spletu preko Repozitorija Univerze v Ljubljani;
10. da hkrati z objavo predloženega dela dovoljujem objavo svojih osebnih podatkov, ki so navedeni v njem in v tej izjavi.

V Ljubljani, dne _____

Podpis študentke: _____

KAZALO

UVOD	1
1 OSNOVNI ZAVAROVALNIŠKI POJMI	2
1.1 Obvezno zdravstveno zavarovanje.....	2
1.2 Prostovoljno zdravstveno zavarovanje.....	3
1.2.1 Dopolnilno zdravstveno zavarovanje.....	3
1.2.2 Dodatno zdravstveno zavarovanje.....	4
1.3 Zavarovalno razmerje zavarovanec/zavarovalec.....	5
2 IZZIVI ZDRAVSTVENE OSKRBE V EVROPSKI UNIJI	5
2.1. Pregled kakovosti zdravstvene oskrbe v EU.....	5
2.2. Vpliv demografskih sprememb na vzdržnost sistema zdravstvenega zavarovanja ..	9
2.3. Vloga zdravstvenih zavarovalnic v prihodnosti.....	12
3 SLOVENSKI TRG DOPOLNILNIH ZDRAVSTVENIH ZAVAROVANJ	14
3.1 Predstavitev podjetja Triglav, Zdravstvena zavarovalnica d.d.	14
3.2 Umestitev podjetja Triglav, Zdravstvena zavarovalnica d.d. na slovenskem zavarovaniškem trgu.	17
3.2.1 Splošne značilnosti trga dopolnilnih zdravstvenih zavarovanj v Sloveniji	17
3.2.2 Konkurenta na področju dopolnilnih zdravstvenih zavarovanj v Sloveniji.....	17
4 EMPIRIČNA ANALIZA POVPRASEVANJA PO DOPOLNILNEM ZDRAVSTVENEM ZAVAROVANJU MED MLADIMI V SLOVENIJI.	19
4.1 Namen, cilji in raziskovalne hipoteze.....	19
4.2 Metodologija.....	21
4.3 Predstavitev ciljne skupine mladih v Sloveniji.....	22
4.4 Metoda poglobljenih intervjujev.....	23
4.4.1 Opis vzorca.....	23
4.4.2 Opis merskega inštrumenta.....	23
4.4.3 Analiza podatkov.....	24
4.4.4 Priporočila za nadaljnje raziskovanje.....	25
4.5 Metoda anketiranja.....	25
4.5.1 Opis vzorca.....	25
4.5.2 Opis merskega inštrumenta.....	26
4.5.3 Analiza podatkov.....	26
4.5.4 Priporočila za nadaljnje raziskovanje.....	42
4.6 Preizkušanje hipotez.....	42
5 PRIPOROČILA PODJETJU TRIGLAV, ZDRAVSTVENA ZAVAROVALNICA D.D.	50
5.1 Omejitve raziskave.....	50
5.2 Priporočila vodstvu podjetja.....	51
5.3 Izzivi za prihodnja raziskovanja.....	52
SKLEP	53

LITERATURA IN VIRI	54
---------------------------------	-----------

PRILOGE

KAZALO TABEL

Tabela 1: Ciljna skupina mladih v Sloveniji glede na spol, starost, leto in izobrazbo.....	22
Tabela 2: Število in delež anketiranih oseb po spolu (N=127)	25
Tabela 3: Pomembnost ponujenih dodatnih ugodnosti ob sklenitvi dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja pri mladih (N=127)	44
Tabela 4: Vpliv ponujenih posameznih dodatnih ugodnosti na sklenitev dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja med mladimi (N=127).....	45
Tabela 5: Vpliv različnih dejavnikov na ogled oglasa (N=127)	47
Tabela 6: Aritmetične sredine za dejavnike, ki so vplivali na izbiro zavarovalnice in aritmetične sredine za dejavnike, ki bi vplivali na izbiro zavarovalnice (N=127)	50

KAZALO SLIK

Slika 1: Euro Health Consumer Index (EHCI) - Skupno stanje zdravstva v posamezni državi.....	7
Slika 2: Dopolnjena starost anketirancev (N=127)	27
Slika 3: Trenutni status anketirancev (N=127)	27
Slika 4: Dosežena formalna izobrazba (N=127)	28
Slika 5: Regija prebivanja (N=127)	28
Slika 6: Iskanje informacij o posameznih ponudnikih dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja (N=45).....	31
Slika 7: Vpliv na odločitev o izbiri zavarovalnice (N=90)	32
Slika 8: Dejavniki vpliva na odločitev o izbiri zavarovalnice (N=90).....	32
Slika 9: Vpliv ponujenih dodatnih ugodnosti (N=90).....	33
Slika 10: Iskanje informacij o posameznih ponudnikih dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja (N=35).....	35
Slika 11: Vpliv na odločitev o izbiri zavarovalnice (N=35)	36
Slika 12: Dejavniki vpliva na odločitev o izbiri zavarovalnice (N=37).....	36
Slika 13: Vpliv ponujenih dodatnih ugodnosti (N=37).....	37
Slika 14: Uporaba družbenih medijev (N=127)	38
Slika 15: Namen uporabe družbenih medijev (N=123)	38
Slika 16: Časovni razpon uporabe družbenih medijev (N=123)	39
Slika 17: Kaj pritegne k ogledu oglasa (N=127).....	40
Slika 18: Kaj bi pritegnilo k ogledu oglasa (N=127)	41

UVOD

Zavod za zdravstveno zavarovanje Slovenije opredeljuje zdravstveno zavarovanje kot ustrezno zdravstveno in socialno varnost v času bolezni ali poškodbe, saj pokriva stroške za tveganja v primerih, ko zbolimo, se poškodujemo ali imamo kakšne druge zdravstvene potrebe. Osnovna lastnost zdravstvenega zavarovanja je, da so pravice vsakega posameznika ali od njega odvisnih družinskih članov vezane na prijavo v zavarovanje in na plačilo ustreznega prispevka (v obveznem zdravstvenem zavarovanju) ali premije (v prostovoljnem zdravstvenem zavarovanju). Zdravstveno zavarovanje se deli na obvezno zdravstveno zavarovanje in prostovoljno zdravstveno zavarovanje. Obvezno zdravstveno zavarovanje izvaja Zavod za zdravstveno zavarovanje Slovenije, prostovoljno zdravstveno zavarovanje pa zdravstvene zavarovalnice (ZZZS, 2015).

Prostovoljno zdravstveno zavarovanje se deli na dopolnilno zdravstveno zavarovanje in dodatno zdravstveno zavarovanje. Omenjena pojma se v praksi velikokrat zamenjujeta in se posledično s tem ustvarja zmeda. Dopolnilno zdravstveno zavarovanje krije razliko ali del razlike stroškov do polne vrednosti zdravstvene storitve, ki ga obvezno zavarovanje ne krije. Dopolnilno zdravstveno zavarovanje je le eno in je zakonsko določeno v Sloveniji (vse zdravstvene zavarovalnice v Sloveniji ponujajo isto dopolnilno zdravstveno zavarovanje). Za razliko od dopolnilnega pa dodatno zdravstveno zavarovanje krije stroške oz. del stroškov zdravstvenih storitev, ki niso sestavni del pravic iz obveznega zdravstvenega zavarovanja. Dodatno zdravstveno zavarovanje je zavarovanje za večji obseg ali dodatne pravice in se izvaja neodvisno od obveznega zdravstvenega zavarovanja. V Sloveniji se za te oblike zavarovanj uveljavlja oznaka nadstandardna zdravstvena zavarovanja. Dodatnih zdravstvenih zavarovanj je lahko več in so si med seboj lahko različna (zdravstvene zavarovalnice oblikujejo same različne ponudbe).

Namen magistrske naloge je pomagati podjetju Triglav, Zdravstvena zavarovalnica d.d. pri prepoznavanju ključnih dejavnikov izbire dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja med mladimi. Z opravljeno raziskavo želim prispevati pri oblikovanju nove tržne strategije, ki bo usmerjena v ciljno skupino mladih od dopolnjenega 18. leta starosti do vključno 30. leta starosti in s tem omogočiti povečanje deleža sklenjenih dopolnilnih zdravstvenih zavarovanj v tej skupini.

Osnovni cilj dela je predstaviti dopolnilno zdravstveno zavarovanje v Sloveniji ter identificirati in analizirati dejavnike izbire, ki pomembno vplivajo na mlade in na njihovo izbiro zavarovalnice ob sklenitvi dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja. Pri tem bom uporabila metode kvalitativnega in kvantitativnega raziskovanja, s pomočjo katerih bom skušala podati odgovore na temeljna raziskovalna vprašanja ter oblikovane hipoteze.

Magistrsko delo je sestavljeno iz dveh delov. V prvem delu magistrske naloge je predstavljen teoretični pregled strokovne literature in strokovnih člankov s področja zdravstvenega

zavarovanja in področja dejavnikov izbire v zavarovalništvu. Uporabila sem metodo analize in interpretacije sekundarnih virov, preko katerih sem pridobila informacije o ključnih pojmi in raziskovalnih problemih. V drugem – empiričnem delu magistrskega dela sem s pomočjo metod kvalitativnega in anketnega raziskovanja zbrala podatke, ki so mi omogočili identifikacijo in analizo dejavnikov izbire, ki pomembno vplivajo na mlade in na njihovo izbiro zavarovalnice ob sklenitvi dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja.

Magistrsko delo je sestavljeno iz petih poglavij. V uvodnem delu sem predstavila problematiko magistrske naloge in opredelila potek raziskave. Prva tri vsebinska poglavja so namenjena teoretičnemu pregledu strokovne literature in opredelitvi posameznih pojmov. Četrto in peto poglavje vsebujeta rezultate empiričnega raziskovanja in posamezne ugotovitve v povezavi z raziskavo.

V prvem poglavju sem se osredotočila na predstavitev osnovnih zavarovalnih pojmov in opredelitev storitve dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja v Sloveniji. V drugem poglavju sem predstavila zdravstveni sistem v Evropski uniji ter pričakovanja glede dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja v prihodnosti. V tretjem poglavju sem predstavila slovenski trg dopolnilnih zdravstvenih zavarovanj in primerjave med njimi. V četrtem poglavju sem predstavila ciljno skupino mladih v Sloveniji in se lotila empirične analize povpraševanja po dopolnilnem zdravstvenem zavarovanju med mladimi v Sloveniji. Predstavila sem načrt raziskave, hipoteze in podrobneje predstavila rezultate pridobljene s pomočjo metod kvalitativnega in anketnega raziskovanja. V petem poglavju sem zapisala priporočila podjetju Triglav, Zdravstvena zavarovalnica d.d. za povečanje deleža med mladimi pri sklenitvah dopolnilnih zdravstvenih zavarovanj.

1 OSNOVNI ZAVAROVALNIŠKI POJMI

1.1 Obvezno zdravstveno zavarovanje

Obvezno zdravstveno zavarovanje izvaja Zavod za zdravstveno zavarovanje Slovenije (v nadaljevanju ZZZS), ki je na podlagi Zakona o zdravstvenem varstvu in zdravstvenem zavarovanju (v nadaljevanju ZZVZZ) začel z delom 1. marca 1992. Obvezno zdravstveno zavarovanje se izvaja po načelih socialne pravičnosti in solidarnosti med zdravimi in bolnimi, starimi in mladimi, bogatimi in revnimi. Obvezno zdravstveno zavarovanje je v Republiki Sloveniji obvezno za vse osebe, ki izpolnjujejo z ZZVZZ predpisane pogoje. Po ZZVZZ so zavarovane osebe zavarovanci in njihovi družinski člani. Kot zavarovanci morajo biti v obvezno zdravstveno zavarovanje vključene osebe, ki izpolnjujejo pogoje iz 15. člena ZZVZZ, kot družinski člani pa so v obvezno zdravstveno zavarovanje vključene osebe, ki izpolnjujejo pogoje določene v 20. do 22. členu ZZVZZ. Družinski člani se vključujejo v obvezno zdravstveno zavarovanje preko zavarovancev kot nosilcev zavarovanja, če ne izpolnjujejo pogojev, da bi bili sami zavarovanci. Družinski člani niso zavezanci za

prispevek. Za zavarovance je ZZVZZ predpisana obveznost plačevanja prispevkov, pri čemer je predpisano tudi, kdo je zavezanec za njihovo plačevanje in zavezanec za prijavo osebe v obvezno zdravstveno zavarovanje, vrsta prispevkov in osnova od katere se le-ti plačujejo ter tudi obseg pravic. Obvezno zdravstveno zavarovanje omogoča zavarovanim osebam uveljavljanje pravic do zdravstvenih storitev, zdravil, medicinskih pripomočkov ter do denarnih nadomestil, kot so nadomestilo plače med začasno zadržanostjo od dela in povračilo stroškov v zvezi z uveljavljanjem pravic do zdravstvenih storitev (ZZZS, 2015).

Večino zdravstvenih storitev obvezno zdravstveno zavarovanje ne krije v celoti ampak morajo prebivalci del storitev kot doplačilo plačati sami oziroma skleniti dopolnilno zdravstveno zavarovanje, ki krije doplačila do polne vrednosti zdravstvenih storitev. Obseg pravic do zdravstvenih storitev je določen v odstotku od vrednosti storitev. To pomeni, da se iz obveznega zdravstvenega zavarovanja financirajo nekatere storitve v polnem obsegu (100 odstotkov), druge pa le v določenem odstotku od vrednosti storitve. Razliko do polne vrednosti morajo plačati zavarovane osebe iz lastnih sredstev, lahko pa se za doplačilo zavarujejo z dopolnilnim zdravstvenim zavarovanjem. V tem primeru doplačilo krije zavarovalnica pri kateri ima oseba sklenjeno dopolnilno zdravstveno zavarovanje (ZZZS, 2016).

1.2 Prostovoljno zdravstveno zavarovanje

1.2.1 Dopolnilno zdravstveno zavarovanje

Prostovoljno zdravstveno zavarovanje se deli na dve ločeni zavarovanji: dopolnilno zdravstveno zavarovanje in dodatno zdravstveno zavarovanje. V Sloveniji ponujajo tovrstne storitve na področju prostovoljnih zdravstvenih zavarovanj tri zdravstvene zavarovalnice: Adriatic Slovenica, Zavarovalna družba d.d., Triglav, Zdravstvena zavarovalnica d.d. in Vzajemna, Zdravstvena zavarovalnica d.v.z.

Obvezno zdravstveno zavarovanje pripada posamezniku iz osnovnih pravic. Dopolnilno zdravstveno zavarovanje krije razliko do polne vrednosti zdravstvenih storitev, ki jih obvezno zdravstveno zavarovanje ne krije v celoti (storitve iz 2. do 6. točke 23. člena ZZVZZ). V Sloveniji imamo samo eno obliko dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja, ki je zakonsko določeno.

Dopolnilno zdravstveno zavarovanje je na eni strani zasebno zavarovanje, ki je prostovoljno in ki se izvaja kot gospodarska dejavnost zavarovalništva na trgu, vendar pa na drugi strani obenem služi tudi kot podporni steber obveznega zdravstvenega zavarovanja in zato skupaj z njim sestavlja celovit sistem socialne varnosti, ki ga mora zagotavljati država kot eno od ustavno zagotovljenih človekovih pravic in temeljnih svoboščin. Pri pogodbi za dopolnilno zdravstveno zavarovanje zavarovalnica nima možnosti samostojno določati obsega zavarovalnega kritja (kaj je na podlagi izključitev zajeto v zavarovalno kritje in kaj ni), saj je

obseg določen z ZZZVZZ, in sicer kot kritje razlike med vrednostjo zdravstvenih storitev v skladu s 23. členom ZZZVZZ in deležem te vrednosti, ki ga v skladu ZZZVZZ krije obvezno zdravstveno zavarovanje, oziroma del te razlike, ko se doplačilo nanaša na pravico do zdravil z določeno najvišjo priznano vrednostjo in do medicinskih pripomočkov. Pogodba za dopolnilno zdravstveno zavarovanje ne more vsebovati določila o zavarovalni vsoti kot pogodbeno določenem limitu, do katerega zavarovalnica po sklenjeni zavarovalni pogodbi izplačuje zavarovalnine, kar je sicer običajno pravilo pri vseh drugih zavarovalnih pogodbah (Srše, 2015).

Dopolnilno zdravstveno zavarovanje krije stroške naslednjih doplačil (Vzajemna, 2016):

- zdravstvene storitve na področju vseh zdravstvenih dejavnosti, ki niso krite iz obveznega zdravstvenega zavarovanja, vključno s storitvami nastanitve in prehrane v bolnišnici ali zdravilišču
- vsa zdravila s pozitivne in vmesne liste (do priznane vrednosti za to zdravilo), predpisana na recept
- ne-nujni reševalni prevozi
- zdravstveni pripomočki
- ortopedski, ortotični, slušni, očesni, ortodontski in drugi tehnični pripomočki ter zobnoprostetični nadomestki (do priznane vrednosti)

Z vključitvijo prebivalstva v obvezno zdravstveno zavarovanje postane za večino njih »obvezno« tudi dopolnilno zdravstveno zavarovanje saj je v nasprotnem primeru potrebno del zdravstvenih storitev plačati. Posamezniki se s potrebo po sklenitvi dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja soočijo najkasneje ob dopolnitvi 26. leta starosti, ko posameznik ne more več uveljavljati celotnega zdravstvenega zavarovanja preko staršev.

1.2.2 Dodatno zdravstveno zavarovanje

Dodatno zdravstveno zavarovanje je zavarovanje, ki krije stroške oziroma del stroškov zdravstvenih storitev za večji obseg ali za višji standard storitev, kot je to določeno v obveznem zdravstvenem zavarovanju, in za dodatne pravice, ki niso zajete v obveznem zdravstvenem zavarovanju. V Sloveniji se za te oblike zavarovanj uveljavlja oznaka nadstandardna zdravstvena zavarovanja (ZZZS, 2015).

Dodatna zdravstvena zavarovanja so v ZZZVZZ opredeljena kot zavarovanja, ki v primeru bolezni, poškodbe ali posebnega zdravstvenega stanja krijejo stroške zdravstvenih in z njimi povezanih storitev ter oskrbe z zdravili in z medicinskimi pripomočki, izplačila denarnih prejemkov v primerih, ko slednja niso sestavni del pravic iz obveznega zdravstvenega zavarovanja in obenem nimajo značilnosti ne dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja in ne nadomestnega zdravstvenega zavarovanja (Srše, 2015).

Dodatnih zdravstvenih zavarovanj je lahko več in so si med seboj lahko različna. Obseg ponudbe posameznega dodatnega zdravstvenega zavarovanja oblikuje vsaka zdravstvena zavarovalnica posebej. Med zavarovalnicami ni zakonsko določene razlike.

1.3 Zavarovalno razmerje zavarovanec/zavarovalec

Zavarovalec je oseba, ki z zavarovalnico sklene zavarovalno pogodbo. Pogosto sta zavarovalec in zavarovanec ista oseba. **Zavarovanec** je oseba, čigar zavarovalni interes je zavarovan. V praksi pa sta zavarovanec in zavarovalec pretežno ista oseba, razen pri zavarovanju na tuj račun (Slovensko zavarovalno združenje, 2016).

Iz splošne zakonske definicije zavarovalne pogodbe sta razvidni osrednji pogodbeni stranki zavarovalne pogodbe: zavarovalec in zavarovalnica. Oseba, ki se poleg pogodbenih strank pojavlja pri zavarovalni pogodbi oziroma ima iz nje določene pravice in koristi, je zavarovanec. To je oseba, katere interes je z zavarovalno pogodbo zavarovan ter posledično in praviloma tudi upravičena do koristi, ki izhaja iz zavarovalne pogodbe. Zavarovanec in zavarovalec sta največkrat ista oseba – denimo, ko zavarovalec sklene zavarovalno pogodbo v svojo korist in se tako sam pojavlja v obeh vlogah, možno pa je tudi, da zavarovalec sklene pogodbo v korist tretjega, ki s tem postane zavarovanec. Zavarovalec kot sklenitelj zavarovalne pogodbe je z obligacijsko pravnega vidika tudi tisti, ki odloča o nadaljnji usodi sklenjenega pogodbenega razmerja (Srše, 2015).

Z vidika pogodbe za dopolnilno zdravstveno zavarovanje so zavarovane osebe po ZZVZZ zavarovanci in njihovi družinski člani. Zavarovanci so tisti, ki plačujejo prispevek za obvezno zdravstveno zavarovanje oziroma ga za njih plačujejo drugi zavezanci. Katere osebe so zavarovane kot zavarovanci je določeno v 15. členu ZZVZZ. Družinski člani so vključeni v obvezno zdravstveno zavarovanje preko zavarovancev kot nosilcev zavarovanja, če ne izpolnjujejo pogojev, da bi bili sami zavarovanci ter ob izpolnjevanju drugih pogojev, določenih v 20. do 22. členu ZZVZZ. Otroki, ki ni sam zavarovanec, je zdravstveno zavarovan kot družinski član do dopolnjenega 15. leta starosti oziroma do dopolnjenega 18. leta starosti. Po tej starosti pa, če se šola, do konca šolanja, vendar največ do dopolnjenega 26. leta starosti (ZZZS, 2016).

2 IZZIVI ZDRAVSTVENE OSKRBE V EVROPSKI UNIJI

2.1 Pregled kakovosti zdravstvene oskrbe v EU

Evropska unija (v nadaljevanju EU) se zavzema za krepitev dialoga med državami članicami EU z namenom spodbujanja držav k oblikovanju doslednega pristopa k zavarovanju, sodelovanja med državami in upoštevanju skupnih načel, standardov in predpisov EU na področju zdravstva. Zdravstvena strategija EU temelji na načelih skupne vrednote zdravja in

vključevanja zdravja v vse politike znotraj EU. Strategija EU, ki temelji na skupnih vrednotah zdravja se namreč zavzema za univerzalnost, za dostop do kakovostne zdravstvene oskrbe in za pravičnost in solidarnost v vseh sistemih zdravstvenega varstva v EU.

Če državljan EU med začasnim bivanjem v državah članicah EU, na Islandiji, v Lihtenštajnu, na Norveškem in v Švici (počitnice, poslovno potovanje, študij) nenadoma zboli, je upravičen do vseh nujnih zdravstvenih storitev. Ima enake pravice do zdravstvene oskrbe kot zavarovanci te države. S seboj na potovanje mora državljan EU vedno vzeti evropsko kartico zdravstvenega zavarovanja. Kartica je fizično dokazilo, da je zavarovanec zavarovan v eni od držav članic EU in poenostavlja postopek plačila in povračila stroškov zdravljenja v tujini. Če zavarovanec evropske kartice zdravstvenega zavarovanja nima ali je ne more uporabiti (denimo v zasebnem zdravstvu) mu zdravljenja v tujini ne morejo zavriniti, vendar bo morda moral za zdravstveno storitev takoj plačati in po vrnitvi domov zaprositi za povračilo stroškov (Evropska komisija, 2016).

Evropska kartica zdravstvenega zavarovanja je brezplačna izkaznica, s katero je posameznik med začasnim bivanjem v kateri koli od 28 držav članic EU, na Islandiji, v Lihtenštajnu, na Norveškem in v Švici upravičen do nujne zdravniške pomoči pri zdravnikih ali zdravstvenih ustanovah, ki so del javne zdravstvene mreže, in sicer pod enakimi pogoji in za enake stroške (v nekaterih državah brezplačno) kot osebe, ki so v omenjeni državi zavarovane. Evropska kartica zdravstvenega zavarovanja ni nadomestilo za turistično zavarovanje, ne krije stroškov zdravstvenih storitev, če je razlog potovanja načrtovano zdravljenje v tujini in ne zagotavlja brezplačnih storitev (ker so zdravstveni sistemi med državami različni, nekatere storitve, ki so v Sloveniji brezplačne, niso nujno brezplačne tudi v drugih državah). Evropsko kartico zdravstvenega zavarovanja v Sloveniji izda ZZS na željo zavarovanca (Evropska komisija, 2016).

EU kot skupnost držav tako omogoča svojim državljanom zdravstveno oskrbo v vsaki izmed držav članic. Na podlagi tega je zadnje čase tudi veliko govora o kvaliteti zdravstvene oskrbe v posameznih državah. Eden izmed najboljših pokazateljev razlik v zdravstveni oskrbi med državami je *Evropski indeks uporabnikov zdravstvenega varstva* (angl. *Euro Health Consumer Index – EHCI*), ki ga na podlagi 48 kazalnikov izračunava švedska organizacija Health Consumer Powerhouse Ltd. (švedsko podjetje v zasebni lasti, ki se ukvarja z merjenjem uspešnosti zdravstvenega varstva). Kazalniki so razdeljeni glede na posamezno področje, ki ga obravnavajo.

Glavna zdravstvena področja pri izračunu EHCI so sledeča (Health Consumer Powerhouse, 2016, str. 22):

- Pravice bolnika in informiranost
- Dostopnost zdravstvene oskrbe (čakalne vrste za 1. obisk in nadaljnje obiske)
- Rezultati zdravljenja
- Obseg in doseg posameznih storitev v zdravstveni oskrbi

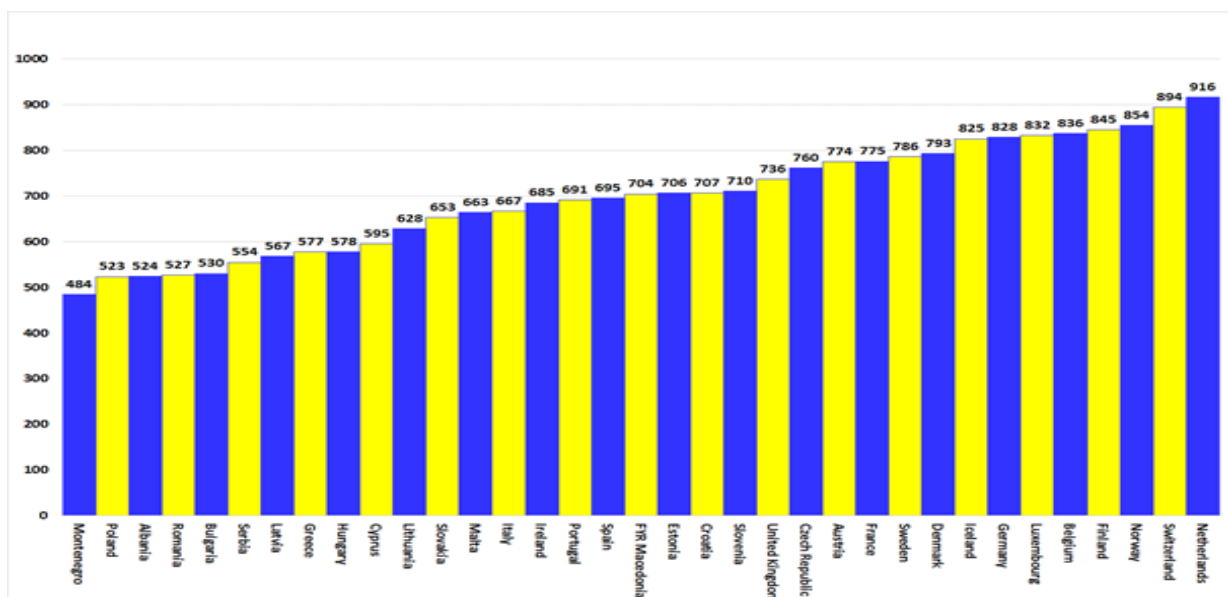
- Preventiva
- Farmacevtski izdelki

Kazalniki so skrbno izbrani z namenom pridobitve čim bolj natančnih podatkov glede zdravstvene oskrbe v določeni državi in pridobitve čim bolj natančne slike o obravnavi pacientov v določeni državi. EHCI tako prikazuje tudi skupno stanje zdravstva v posamezni državi na podlagi katerega lahko sklepamo katere države imajo najučinkovitejši zdravstveni sistem in katere ne. EHCI od leta 2005 velja za »standard v sektorju« sodobnega spremljanja zdravstvenega varstva. Indeks predstavlja stanje zdravstvene oskrbe v določeni državi za preteklo leto in razvršča 35 evropskih držav glede na kvaliteto zdravstvene oskrbe in dostopnosti zdravstvene oskrbe v posamezni državi.

Dr. Vytenis Andriukaitis, litovski minister za zdravje, 2013 (od novembra 2014 komisar EU za zdravje in varstvo potrošnikov) pravi takole: »Zavedamo se, da je Euro Health Consumer Index (EHCI) danes vodilna oblika javnega ocenjevanja nacionalnih zdravstvenih sistemov ... Pred nedavnim pa smo še izvedeli, da je Evropska komisija potem, ko je ocenila različna merila uspešnosti, spoznala, da EHCI med vsemi daje najnatančnejšo in najzanesljivejšo primerjavo.«

EHCI je za leto 2015 pokazal, da je imela Nizozemska ponovno najboljši in do uporabnika najprijaznejši zdravstveni sistem. Nizozemska je edina država, ki se konstantno uvršča med tri najboljše države po EHCI od kar so v letu 2005 prvič predstavili omenjeni indeks (Health Consumer Powerhouse, 2016, str.5).

Slika 1: Euro Health Consumer Index (EHCI) - Skupno stanje zdravstva v posamezni državi



Vir: Health Power House, Press Release, 2016.

Nizozemski sledijo Švica, Norveška, Finska in Belgija, ki so si po kvaliteti zdravstvenega sistema podobne in na zelo visoki ravni. Slovenija se je v letu 2015 uvrstila na 15. mesto kar je v zadnjih dveh letih najboljši položaj (leta 2013 je Slovenija zasedla 17. mesto, leta 2014 pa 19. mesto). Slovenija se tako uvršča v zgornjo polovico po kvaliteti zdravstvenega sistema. Najslabše se je Slovenija izkazala pri čakalnih dobah. Kazalniki čakalnih dob za obravnavo in za določene zdravstvene storitve (neposredna dostopnost specialistov, dostopnost ne-akutnih operacij v obdobju treh mesecev, dostopnost terapije za rakave bolnike v obdobju treh tednov, dostopnost CT – preiskav v obdobju enega tedna) so bili najslabši. Pri drugih sklopih in tudi pri rezultatih zdravljenja (rak, srčni infarkt, depresija, okužbe z MRSA) je Slovenija uvrščena v sredino med analiziranimi državami. Ima pa zato Slovenija izrazito nizko stopnjo smrtnosti novorojenčkov (Rednak, 2014).

Na podlagi omenjenega indeksa in mnenja Evropske komisije ima Nizozemska nesporno najboljši in uporabniku najbolj prijazen zdravstveni sistem v Evropi. Mnoge države poskušajo nizozemski model posnemati in ga kot takšnega uvesti v svoji državi. Reforma zdravstvenega sistema na Nizozemskem leta 2006 je pripomogla k oblikovanju novega modela financiranja zdravstva, ki se je izkazal kot zelo učinkovit. Nizozemski model financiranja zdravstva je plod dolgoletnih priprav katere cilj je bil zagotoviti univerzalno zdravstveno zavarovanje za vse in vzpostaviti trg pri zakupu zdravstvenih storitev, kar bi povečalo učinkovitost in kakovost storitev. Posledično se je povečala odgovornost posameznika za zdravje in za racionalno rabo zdravstvenih storitev. Nizozemski model zdravstvenega in socialnega varstva vsebuje tri stebre. Prvi steber je obvezno socialno zdravstveno zavarovanje za dolgotrajno oskrbo, ki se deloma financira iz prispevkov delodajalcev (torej glede na dohodke posameznika) in deloma iz davkov oziroma proračuna. Drugi in tretji steber sta obvezno pogodbeno zdravstveno zavarovanje (lahko bi rekli obvezno dopolnilno zdravstveno zavarovanje), ki ga izvajajo zdravstvene zavarovalnice. Polovico denarja zberejo s prispevki delojemalcev, samozaposlenih in upokojencev. Omenjeno gre v skupno zdravstveno blagajno od tod pa zavarovalnicam glede na njihovo sestavo zavarovancev. Drugo polovico zberejo s premijami. Za mlajše od 18 let premijo in prispevke plača nizozemski proračun. Premije so v isti zavarovalnici enake za vse, zavarovalnica ne sme nikogar zavriniti, revnejšemu prebivalstvu država preko davčne olajšave povrne del plačane premije. Posameznik je zavezan kupiti osnovni paket zdravstvenega zavarovanja. Letna premija je zakonsko določena s strani države in lahko niha le za okoli 25 evrov navzgor ali navzdol glede na priporočeno s strani države (država določi letno premijo v znesku 1.050,00 evrov). Osnovni paket krije storitve pri splošnih zdravnikih, specialistih, bolnišnično zdravljenje, zobozdravstvene storitve, reševalne prevoze, del zdravil in rehabilitacijo. Za ostale storitve izvzete iz osnovnega paketa so na voljo prostovoljna zavarovanja (lahko bi rekli določena vrsta dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja) ali pa storitve plača koristnik storitev sam. Obvezna letna franšiza znaša 155 evrov (toliko plača za opravljene storitve bolnik oziroma zavarovanec, nad tem pa zavarovalnica). Ta strošek posledično sili k racionalnosti obiskovanja zdravnika in porabe zdravil. Posameznik si lahko premijo v obveznem zdravstvenem zavarovanju tudi zniža, če sam presodi, da ne bo potreboval zdravstvenih

storitev a se mora zato odločiti za višjo franšizo (dodatnih 100 do 500 evrov na leto). Uvedba obveznega pogodbenega zdravstvenega zavarovanja je na Nizozemskem imela več ugodnih rezultatov kot je na primer konkurenca med zavarovalnicami. Le – ta je sicer število zavarovalnic sčasoma zmanjšala in je pripeljala do nižje premije obveznega pogodbenega zdravstvenega zavarovanja kot je bila sprva pričakovana. Zavarovalnice niso zavezane skleniti pogodbe z vsemi bolnišnicami temveč se aktivno pogajajo za ceno in kakovost. Stroški zdravstvenih storitev pri zavarovalnicah so po reformi rasli le z 1,5 odstotno stopnjo in ne s predvideno 5 odstotno. Nizozemska je tako postala zgled mnogim evropskim državam pri reformi zdravstvenega sistema, ki ne prinaša le varčevalne ukrepe, ki jih občutijo predvsem bolniki ampak lahko prinese tudi napredek, boljše in uporabniku prijaznejše zdravstvo in učinkovitejši zdravstveni sistem (Rednak, 2014).

2.2 Vpliv demografskih sprememb na vzdržnost sistema zdravstvenega zavarovanja

Do leta 2050 bo več kot tretjina prebivalcev Evropske unije starih 65 let ali več. Za Slovenijo je predvideno, da se bo ta delež povečal na 31 odstotkov. Demografske spremembe bodo po eni strani vplivale na rast stroškov zdravstvenih storitev in po drugi na razpoložljiva sredstva za zdravstvo, saj bo po napovedih Evropske unije hkrati upadal delež aktivnega prebivalstva. Pričakovati je obsežne spremembe na področju financiranja, razporejanja sredstev, novih vsebin zdravstvenih storitev in tudi pri uporabi nove informacijske tehnologije. Zato so pred državami, ki se soočajo s problematiko staranja prebivalstva, pomembni politični izzivi: kako zagotoviti ekonomsko varnosti starejših, ohraniti medgeneracijsko solidarnost, kako se izogniti povečanju socialne neenakosti, poskrbeti za dolgotrajno nego (s poudarkom na vlogi družine) in omogočiti starejšim, da bi bili čim dlje vključeni v aktivno socialno življenje. Dejavniki, ki vplivajo na spreminjanje števila prebivalstva in starostne ter socialno-ekonomske strukture so stopnja rodnosti, daljše življenjske dobe, selitve in prebivalstvena politika posamezne države. Stopnja rodnosti v Evropski uniji je nižja od meje potrebne za obnavljanje prebivalstva (Šik & Šavron, 2008, str. 145-146).

Današnje demografske razmere v Evropi in v razvitem delu sveta lahko kratko opišemo kot razmere, v katerih prevladujejo nizka rodnost in smrtnost ter sorazmerno nizka ali celo negativna rast prebivalstva. Demografske razmere v Sloveniji so bile v sklopu nekdanje države dolgo zgledne. To je bilo v času, ko se je v Sloveniji konec 50-tih let preteklega stoletja končal demografski prehod, rodnost pa je približno 20 let ostala na ravni, ki je presegala tisto, ki bi bila potrebna za enostavno obnavljanje prebivalstva. Hkrati je Slovenija v 60-tih letih postala država neto priseljevanja, na kar so se v 70-tih letih neto priselitve še povečale. Od začetka 80-tih let prejšnjega stoletja pa so se demografske razmere na področju rodnosti hitro slabšale. Posledično je Slovenija ob začetku 21. stoletja vstopila v posebno kritično fazo demografskega razvoja (Malačič, 2008, str. 95-99).

Demografski trendi kažejo, da se slovenska družba še naprej stara. Povprečna starost prebivalcev Slovenije je že preseгла štirideset let, staranje pa je posledica podaljševanja življenjske dobe, zniževanja rodnosti in nizkega selitvenega prirasta. Po pričakovanem trajanju življenja je Slovenija v spodnjem delu držav EU, kar pomeni, da lahko pričakujemo še nadaljnje podaljševanje pričakovanega trajanja življenja (Sraka, 2008, str. 135).

Po projekcijah Urada za makroekonomske analize in razvoj (v nadaljevanju UMAR) naj bi se do leta 2060 pričakovano trajanje življenja ob rojstvu po osnovni različici podaljšalo na 83,3 leta za moške in 88,1 leta za ženske. Ob eni izmed najnižjih rodnosti se bo tako zelo povečal delež starejših, projekcije kažejo, da se bo v obdobju do leta 2050 delež starejših od 65 let podvojil, delež starejših od 85 let pa potrojil (UMAR, 2013, str. 5).

Staranje prebivalstva je velik izziv za sistem socialnega in zdravstvenega varstva. Slednji je bil v preteklih desetletjih tako pri nas kot v večini evropskih držav stabilen. Zato večina ljudi še vedno verjame, da bo država tako kot v preteklosti ali pa vsaj ne bistveno slabše poskrbela za naše zdravstveno varstvo v starejših letih in da bo skozi pokojninski sistem zagotovila raven pokojnin za nek spremenljiv življenjski standard. Vendar pa tega brez večjih sprememb na dolgi rok ne bo mogoče zagotavljati, saj bi tako država preveč obremenila mlajše generacije. Na strani pokojnin zato države premikajo starostno mejo za upokojitev, spodbujajo aktivno delo tudi po doseženi starosti, pri kateri bi se lahko upokojili, dolgoročno pa tudi zmanjšujejo višino zagotovljenih pokojnin v primerjavi s plačo, ki jo je posameznik prejemal, ko je bil aktivno zaposlen (Sraka, 2008, str. 135).

Zaradi demografskega razvoja kakršnemu smo priča se v zvezi z zdravstvenimi zavarovanji porajajo številne dileme. Po eni strani spremembe vplivajo na obstoječa zdravstvena zavarovanja, po drugi strani pa spodbujajo potrebo po novih oblikah zavarovanj za starejše. Z izjemo dopolnilnih zdravstvenih zavarovanj so namreč skoraj vsa prostovoljna zdravstvena zavarovanja na trgu starostno navzgor omejena (na 65 ali 70 let) poleg tega pa izključujejo kritje kroničnih boleznih in stanj. Pričakujemo, da se bodo zato zdravstvena zavarovanja v naslednjih letih prilagajala zgoraj opisanim spremembam, hkrati pa bo zaradi pritiskov na pokojnine tudi več produktov, v sklopu katerih bodo prepletena zdravstvena in življenjska zavarovanja (Sraka, 2008, str. 136).

Delež javnih sredstev v vseh izdatkih za zdravstvo je v Sloveniji nekoliko višji od povprečja v državah Evropske unije (in tudi od povprečja v starih članicah EU), imamo pa bistveno nižje izdatke neposredno iz žepa. Takšni izdatki v državah EU predstavljajo skoraj 78 odstotkov vsega zasebnega denarja, v Sloveniji pa naj bi bil delež 41 odstotkov. Razlog za tako velik delež zavarovanj v strukturi zasebnih izdatkov so dopolnilna zdravstvena zavarovanja, ki predstavljajo pretežni delež sredstev za prostovoljno zdravstveno zavarovanje v Sloveniji (vse ostale oblike prostovoljnih zdravstvenih zavarovanj dosežejo le dobra dva odstotka skupne premije). S tega vidika je vpliv staranja prebivalstva na dopolnilna zdravstvena zavarovanja še posebej pomemben, seveda pa je treba poudariti, da bo pomen drugih oblik zdravstvenih

zavarovanj naraščal. Vpliv staranja prebivalstva na dopolnilno zdravstveno zavarovanje moremo opazovati skupaj z obveznim zdravstvenih zavarovanjem saj sta tesno povezana. Razmerje med starostnimi razredi se povečuje kar pomeni, da stroški pri starejših naraščajo hitreje. Vendar bolj kot to, bo na rast dopolnilnih zdravstvenih zavarovanj vplivalo obvezno zdravstveno zavarovanje saj vsako leto opazimo nekaj odstotno nominalno rast škod, ki se posledično prikazuje tudi v višji ravni dopolnilnih zdravstvenih zavarovanj. Nekateri predlagajo, da bilo potrebno povišati prispevno stopnjo v obveznem zdravstvenem zavarovanju in bi bilo treba večji delež sredstev za zdravstvo nameniti iz zasebnega denarja vendar to ni realna opcija saj je prebivalstvo že sedaj zelo obremenjeno s predpisanimi prispevki. Sedaj imamo že urejeno kritje doplačil za določene skupine ljudi kot so upravičenci po vojnih zakonih in za del prebivalstva z najnižjimi prihodki, katerim ni potrebno doplačevati dopolnilno zdravstveno zavarovanje saj so stroški v celoti kriti iz obveznega zdravstvenega zavarovanja. Podoben mehanizem imajo v Franciji. Francoski model dopolnilnih zdravstvenih zavarovanj je še najbližji slovenskemu vendar s to razliko, da je v francoskem modelu določena najvišja starost, do katere oseba doplačuje za storitve, ki so predmet obveznega zdravstvenega zavarovanja. Ker takšne omejitve v Sloveniji ni, je vpliv staranja družbe na rast stroškov za dopolnilna zdravstvena zavarovanja večji. Že sedaj in v prihodnosti bo to dodatno bremenilo ne samo aktivno populacijo pač pa tudi starejše. Takšen razvoj lahko privede do manjše dostopnosti v obveznem zdravstvenem zavarovanju ter do potrebe po intervenciji države za zagotovitev dostopnosti večjemu krogu zavarovancev (Sraka, 2008, str. 137-139).

Naša družba se hitro spreminja v dolgoživo družbo, to je družbo, ki jo v velikem deležu tvorijo starejši, hkrati pa tudi mlajši v tej družbi lahko pričakujejo, da bodo dolgo živeli. To prinaša nove izzive pri zdravstvenih in življenjskih zavarovanjih. Dosedanji podatki kažejo, da se bodo morale spremembe v naslednjih letih v zvezi dopolnilnim zdravstvenim zavarovanjem zgoditi, saj sistem dolgoročno ne bo uspel pokriti vseh stroškov, kar se bo lahko pokazalo v še daljših čakalnih vrstah in manjši kakovosti zdravstvenih storitev. Pri drugih oblikah zavarovanj pa je najpomembnejše gotovo področje dolgotrajne oskrbe, saj bodo potrebe na tem področju rastle najhitreje. Potrebno bi bilo čim prej sprejeti ustrezno zakonodajo, ki bo po eni strani uredila dolgotrajno oskrbo po enotni shemi, po drugi strani pa omogočila razvoj prostovoljnih zdravstvenih zavarovanj, ki bodo krila tiste storitve ali del storitev, ki jih obvezno zdravstveno zavarovanje ne bo pokrivalo. Razvoj oblik prostovoljnih zdravstvenih zavarovanj bo zahteval nekaj časa (s tržnega vidika kot z vidika infrastrukture za izvajanje storitev, ki jih bodo takšna zavarovanja krila) vendar ni dvoma, da bo moralo priti do določenih sprememb in da bo potrebno razmisliti o reformi zdravstva z vidika dodelitve večje vloge zdravstvenim zavarovalnicam, katere bodo morale začeti tudi razmišljati o produktih namenjenim starejši populaciji in jim ponuditi nova inovativna zavarovanja (Sraka, 2008, str. 143).

2.3 Vloga zdravstvenih zavarovalnic v prihodnosti

Staranje populacije je eden izmed dejavnikov rasti stroškov zdravstvenih storitev. Na finančno vzdržnost javnega sistema zdravstvenega varstva za starejše bo pomembno vplivala državna zdravstvena, socialna in politika trga dela. Uravnati bo morala občutljivo ravnotežje med solidarnostjo do starejših in spodbujanjem gospodarske rasti z nižjimi davki. Vloga zasebnih sredstev in zasebnih zavarovanj za starejše je zato eden ključnih dejavnikov uravnavanja potreb državljanov po storitvah v starosti z dejanskimi finančnimi zmožnostmi javnega sistema. Zakonska uvedba javnega socialnega zavarovanja je zaradi pokrivanja stroškov dolgotrajne oskrbe in večje preglednosti porabe denarja nujna, vendar bi moral zakon zasebnim zavarovalnicam svobodneje prepustiti oblikovanje ponudbe prostovoljnih zdravstvenih zavarovanj (Šik & Šavron, 2008, str. 156-157).

Številni dejavniki iz širšega družbenega okolja, med katerimi so najpomembnejši demografska gibanja, spremembe v zdravstvenem stanju prebivalstva, razvoj medicine in zdravil, razvoj povpraševanja po več zdravstvenih pravicah in višji kakovosti le-teh, so ne le izrednega pomena za zdravstvena zavarovanja, temveč tudi določajo smernice njegovega razvoja. Ker omenjeni dejavniki neposredno zvišujejo stroške zagotavljanja delovanja zdravstvenega sistema, bodo morale zavarovalnice, ki tržijo zdravstvena zavarovanja, svoje zavarovalne produkte prilagoditi oziroma na novo oblikovati. Zviševanje cen zdravstvenih storitev otežuje pripravo zavarovalnih produktov, ki so glede na obseg zavarovalnega kritja in višino premije tržno zanimivi oziroma taki, ki si jih bo večinska populacija sploh lahko privoščila. Povprečni zavarovalni portfelj stroškovnega skoka, ki se napoveduje v bližnji prihodnosti, ne bo sposoben prenesti brez posledic, zato morajo zavarovalnice iskati ustrezne vzvode, preko katerih bodo lahko vplivale tudi na bistvo zavarovalnega produkta (na kakovost in ekonomičnost delovanja sistema), ki zagotavlja zdravstvene storitve (Gregorič, 2008, str. 273).

Opredeljena demografska in zdravstvena gibanja, zaradi katerih bo dolgoročno prihajalo do večjega obsega škod, silijo zavarovalnice, ki tržijo zdravstvena zavarovanja, v aktivno vlogo pri določanju politike zdravstvenega sistema. Od učinkovitosti oziroma ekonomičnosti delovanja zdravstvenega sistema je namreč neposredno odvisen škodni rezultat zdravstvenih zavarovanj. Posledično se postavlja vprašanje ali je zdravstveni sistem (oziroma vsaj njegov največji del – javni sektor) sposoben pravilnega strateškega načrtovanja zdravstvene dejavnosti. Že sedaj se namreč kažejo veliki problemi pri zagotavljanju finančne vzdržnosti sistema kakor tudi glede tendenc povečevanja nekaterih dodatnih stroškov. Zdravstveni sistem bo v bližnji prihodnosti, ko se bo čedalje bolj občutil demografski vpliv bodisi zlomil bodisi se bodo njegovi stroški dejansko nerazumno povečevali, če ne bo prišlo do korenitih in učinkovitih sprememb na tem področju. V skladu z deležem financiranja zdravstvenih storitev bi zdravstvenim zavarovalnicam morali priznati oziroma določiti aktivnejšo vlogo pri določanju načinov delovanja zdravstvenega sistema. Potrebno je poudariti, da aktivnejša vloga ne more in ne sme zasledovati kratkoročnega cilja izjemno velikih strukturnih ali

statusnih sprememb zdravstvenega sistema, marveč postopno spreminjanje od manjših sprememb in trdnejših zahtev po kakovosti ter šele nato pristopiti k obsežnim sistemskim spremembam. Da bi zdravstveni sistem omogočil pravilno ponudbo in zadovoljil čim več različnih ravni povpraševanja, je potrebno sedanji način njegovega delovanja (kateri kaže izrazite napake v premajhni učinkovitosti, slabi organiziranosti, odsotnosti kazalcev za merjenje kakovosti, posledica česar je stroškovna nevzdržnost) ustrezno spremeniti oziroma nadgraditi. Potrebo je iskati pot do konsenza vseh sodelujočih (države, ZZZS, zavarovalnic, izvajalcev zdravstvenih storitev in tudi zavarovancev kot zainteresirane javnosti) in pristopiti k nujnim spremembam (Gregorič, 2008, str. 277-289).

V prihodnosti bo potrebno na novo zasnovati slovenski zdravstveni sistem in njegove posamezne vloge in sicer na način, da se z njegovo pomočjo omogoči prebivalstvu doseganje čim višjega zdravstvenega stanja ter da se hkrati spoštujejo načela solidarnosti, dostopnosti, kakovosti in učinkovitosti, kar je značilno za javne zdravstvene sisteme. Iztočnice za prenovo slovenskega zdravstvenega sistema so njegove slabosti, ki jih vidi vsak prebivalec in ki najbolj prizadenejo prav tiste posameznike, ki zdravstvo najbolj potrebujejo: nenormalne čakalne vrste, nesposobnost financiranja kakovostnejše ponudbe in sistemske izgube že pri povprečno učinkovitih izvajalcih. To se kaže kot posledica razmer, kjer ni koordinacije med sredstvi obveznega zdravstvenega zavarovanja, ki so na voljo za javno zdravstvo. ZZZS trenutno ob politiki ohranjanja »neomejene košarice zdravstvenih dobrin«, ki se financira v glavnem iz prispevkov, ne more ustrezno usklajevati obsega razpoložljivih sredstev z obsegom potreb po zdravstvenih dobrinah. Ena izmed rešitev je torej korenita reforma zdravstvena sistema in uvedba tako imenovane »**košarice A**«, ki bi bila omejena po eni strani in z vidika obsega s sredstvi, zbranimi prispevki, po drugi strani pa po strukturi določena s potrebami po zdravstvenih dobrinah in njihovimi cenami. ZZZS bi v tem primeru moral delovati kot neprofitni sklad, katerega temeljna naloga bil bila ugotavljanje potreb po zdravstvenih dobrinah in usklajevanje obsega in strukture dobrin v košarici A s sredstvi, ki jih zberemo s prispevki in so del proračunske politike Republike Slovenije. Izbor dobrin v košarici A je posledično omejen glede na vrsto dobrin, njihovo ceno in prebivalstvene skupine. Ta opredelitev bi skupaj s solidarnostjo, ki je vgrajena v način zbiranja prispevkov zagotavljala, da bi posameznik dobil zdravstveno dobrino vedno, ko bi jo resnično potreboval in sicer ne glede na njegov dohodek, starost, zaposlitev, spol in kraj bivanja. Sedanja ureditev dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja, ki zavaruje doplačila k obveznemu zdravstvenemu zavarovanju ne dopušča zdravstvenim zavarovalnicam nikakršne aktivne vloge pri določanju kakovosti in izbire ponudnikov določene zdravstvene storitve. Nova in boljša rešitev bi bila, da se zdravstvene zavarovalnice izključi iz sedanje podrejene vloge in se jim dodeli zavarovanje tako imenovane »**košarice B**«. S košarico A zaradi omejenih sredstev iz prispevkov ne bi bilo možno zagotoviti posamezniku vseh dobrin, ki so nujne za vzdrževanje njegovega zdravstvenega stanja. Za to bi bila potrebna uporaba košarice B, katero bi določala država kot celovit zavarovalniški produkt, ob maksimalni ceni pa premije določa konkurenca med zdravstvenimi zavarovalnicami. Zdravstvene zavarovalnice bi košarico B (kot del njihove ne-cenovne konkurence) tudi širile z drugimi zavarovalniškimi produkti. Zavarovanje

za košarico B bi bilo prostovoljno (na začetku obvezno in bi se šele po določenem prehodnem obdobju spremenilo v prostovoljno, da prepreči večje šoke v zdravstvenem sistemu). Zdravstvenim zavarovalnicam bi se lahko ponudilo tudi možnost vstopa v zavarovanje košarice A, torej v obvezno zdravstveno zavarovanje in sicer tako, da bi od ZZZS pridobili vlogo pridobivanja sredstev za zdravstvo iz naslova prispevkov delodajalcev in s tem bi delodajalci izstopili iz sistema plačevanja prispevkov preko ZZZS. Košarica B sicer temelji na enotni premiji za vse zavarovance pri posamezni zavarovalnici vendar kljub temu bistveno širi solidarnost glede na sedanje stanje. Sredstva obveznega zdravstvenega zavarovanja bi pokrila vse stroške koriščenja košarice A in za dobrine iz te košarice ne bi bilo več potrebno doplačevati in se zato zavarovati pri zdravstvenih zavarovalnicah. Omenjeno bi širilo solidarnost na dostop do celotnega nabora zdravstvenih dobrin, katerih potrošnja bi bila financirana iz sredstev obveznega zdravstvenega zavarovanja. Zavarovanje za košarico B bi bilo na prostovoljni osnovi, spodbudili bi ga lahko tudi z oprostitvijo plačila dela prispevkov za obvezno zdravstveno zavarovanje, oprostitev bi bila vezana na velikost plačila premije in bi tako tudi nastal solidarnostni učinek. Točna opredelitev košarice A, tržni način gospodarjenja s košarico B in jasna vloga države, ZZZS, zdravstvenih zavarovalnic ter izvajalcev bi kot posledica privedlo do jasne meje med javnim in tržnim delom zdravstva kar bi odločno pripomoglo k boljšemu zdravstvenemu sistemu in kakovosti v njem. Novo mesto zdravstvenih zavarovalnic bi tako omogočilo tudi razširitev njihove naložbene dejavnosti v izvajalce, bolj k bolniku usmerjeno dejavnost, bolj konkurenčno dejavnost ter predvsem aktivno vlogo zdravstvenih zavarovalnic pri zagotavljanju kakovosti in dostopnosti zdravstvenega sistema uporabnikom (Tajnikar et al., 2016, str. 7-10).

3 SLOVENSKI TRG DOPOLNILNIH ZDRAVSTVENIH ZAVAROVANJ

3.1 Predstavitev podjetja Triglav, Zdravstvena zavarovalnica d.d.

Podjetje Triglav, Zdravstvena zavarovalnica d.d. (v nadaljevanju TZZ, d.d.) je bilo registrirano novembra leta 2002 kot specializirana zavarovalnica – delniška družba in je v 100% lasti Zavarovalnice Triglav, d.d. gledano na lastniško strukturo. Osnovna dejavnost podjetja je razvoj produktov ter izvajanje vseh vrst in tipov zdravstvenih zavarovanj. TZZ, d.d. ima dovoljenje Agencije za zavarovalni nadzor za opravljanje zavarovalne dejavnosti in je imela na dan 31.12.2015 22,6 % tržni delež na trgu dopolnilnih zdravstvenih zavarovanj (Triglav, Zdravstvena zavarovalnica, str. 17). Družba je vpisana v sodnem registru Okrožnega sodišča v Kopru, vl. št. 10637600, z dne 18.11.2002, srg 200601483. Družba je tudi članica Slovenskega zavarovalnega združenja in je sprejela Zavarovalni kodeks (Triglav, Zdravstvena zavarovalnica, 2016). TZZ, d.d. je organizirana kot centralno urejena družba, ki na sedežu zavarovalnice v Kopru in v pisarni centrale v Ljubljani izvaja vodstvene, razvojne in izvajalske funkcije družbe (Triglav, Zdravstvena zavarovalnica, str. 3). Na dan 31.12.2015 je bilo v zavarovalnici zaposlenih 84 oseb (Triglav, Zdravstvena zavarovalnica, str. 35-36).

TZZ, d.d. ima oblikovano strategijo poslovanja v obdobju 2013-2017 s točno opredelitvijo poslanstva in vizije. Poslanstvo se glasi: »Ustvarjamo varnejšo prihodnost.« Kot vizijo pa so izpostavili sledeče: »Smo najhitreje rastoč in po odličnosti v odnosu do strank prepoznaven ponudnik zdravstvenih zavarovanj v Sloveniji. Na trgu zdravstvenih zavarovanj dosegamo 25-odstotni tržni delež. S prenašanjem znanj in s poslovnimi partnerstvi delujemo na vseh trgih Skupine Triglav. Učinkovito in uspešno uporabljamo vire v interesu vseh naših deležnikov.« Kot hitro rastoče in zanesljivo podjetje imajo izoblikovane vrednote po katerih so znani širši javnosti. Pohvalijo se lahko z visoko stopnjo strokovnosti pri izvajanju zavarovalnih storitev ter z učinkovitim obvladovanjem tveganj, zagotavljanjem varnosti poslovanja in finančno varnostjo njihovih strank v primeru ogroženosti zdravja. Kot strankam prijazno podjetje razvijajo in poenostavljajo procese zavarovalniških storitev. Poleg omenjenega pa veliko vlagajo v trajnostni razvoj kateri temelji na družbeni odgovornosti, kjer uveljavljajo ekonomsko, zakonsko, etično in filantropsko odgovornost. Mesečna premija za dopolnilno zdravstveno zavarovanje znaša pri TZZ, d.d. 27,51 EUR (upoštevajoč 3-odstotni popust) (Triglav, Zdravstvena zavarovalnica, 2016).

Ključni cilji TZZ, d.d. so v letu 2015 bili naslednji (Triglav, Zdravstvena zavarovalnica, 2015, str. 5):

- redno in stroškovno učinkovito izvajanje dopolnilnega prostovoljnega zdravstvenega zavarovanja;
- priprava na spremembo poslovnega okolja kot posledico aktivnosti konkurence na področju dopolnilnih zdravstvenih zavarovanj, vpeljave nove zavarovalniške zakonodaje in zahtev s področja Solventnosti II ter napovedane zdravstvene reforme;
- nadgradnja obstoječih in razvoj novih prostovoljnih zdravstvenih zavarovanj;
- sodelovanje pri razvoju zdravstvenih zavarovanj v državah, kjer deluje Skupina Triglav;
- izvajanje sprejete strategije razvoja mreže izvajalcev zdravstvenih storitev;
- stroškovno sodelovanje v javnih razpravah pri predlogih sprememb zakonodaje s področja zdravstvenega varstva in zdravstvenega zavarovanja ter dolgotrajne oskrbe v Republiki Sloveniji in v državah, kjer deluje Skupina Triglav.

Pri oblikovanju trženjskega komuniciranja se vsako podjetje dotakne strategije oblikovanja trženjskega spleta. Kotler (2006, str. 18) opredeljuje trženjski splet kot niz trženjskih instrumentov, ki jih podjetje uporablja, da sledi svojim trženjskim ciljem in ciljnemu trgu. Trženjski splet vsebuje štiri elemente, ki so najbolj znani kot »štirje P-ji trženjskega spleta« (Kotler, 2006, str. 19):

1. izdelek
2. cena
3. prodajne (trženjske) poti
4. trženjska komunikacija

Lastno prodajno pot v TZZ, d.d. tvorijo zaposleni z licenco za zavarovalno zastopanje, sklepanje preko spletnih strani ter direktna pošta. Preko lastnih prodajnih poti je bilo v letu 2015 sklenjenih 2,3 odstotkov dopolnilnih zdravstvenih zavarovanj. Z Zavarovalnico Triglav, d.d. je sklenjena pogodba o zavarovalnem zastopanju, ki ureja poslovni odnos med družbama na področju zavarovalnega zastopanja. Gre za najboljše prodajno pot, ki zajema vse zavarovalne zastopnike in komercialiste Zavarovalnice Triglav, d.d. ter vsa ostala prodajna mesta Zavarovalnice Triglav, d.d. Prodajna pot Zavarovalnice Triglav, d.d. je v letu 2015 ustvarila 64,5 odstotkov vse prodaje dopolnilnih zdravstvenih zavarovanj (Triglav, Zdravstvena zavarovalnica, 2015, str. 17).

TZZ, d.d. je v letu 2015 tržila naslednje produkte (Triglav, Zdravstvena zavarovalnica, 2015, str. 17):

- dopolnilno zdravstveno zavarovanje,
- zavarovanje zdraviliškega zdravljenja po poškodbah,
- zavarovanje za primer smrti zaradi nezgode,
- zavarovanje zdraviliškega zdravljenja po poškodbah v prometni nesreči,
- zavarovanje rehabilitacije po prometni nesreči,
- zavarovanje nadomestil ter
- zavarovanje specialistično ambulantnega zdravljenja in zavarovanje operacij, kot paket celovite zdravstvene obravnave oziroma ločeno.

Ključni del prodaje predstavlja prodaja dopolnilnih zdravstvenih zavarovanj. V letu 2015 je bilo sklenjenih 44.363 novih dopolnilnih zdravstvenih zavarovanj (Triglav, Zdravstvena zavarovalnica, str. 17).

TZZ, d.d. ima na oddelku trženja dva zaposlena (ena oseba na sedežu podjetja v Kopru, druga oseba v pisarni v Ljubljani) ter še pet zaposlenih v prodaji v zunanjih mrežah. Skupaj je torej v oddelku trženja in prodaje zaposlenih sedem ljudi. Za določeno novo trženjsko aktivnost se v podjetju Triglav, Zdravstvena zavarovalnica d.d. odločijo po ustaljenih korakih. Najprej pride do planiranja prodajne aktivnosti in kot takšno jo predstavijo oddelku trženja, ki nato oblikuje potrebno trženjsko podporo. Trženjski oddelek definira storitev, ceno, prodajne poti, cilje ter datum kdaj se bo določena trženjska aktivnost izvedla. Glede na pretekle izkušnje in želene cilje trženjski oddelek določi najprimernejši termin za izvajanje aktivnosti (v jesenskem času podjetje usmeri trženjske aktivnosti v trženje in prodajo dopolnilnih zdravstvenih zavarovanj, saj se v tem obdobju zaključuje študijsko leto in je veliko mladih dovzetnih za sklenitev dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja).

Podjetje Triglav, Zdravstvena zavarovalnica d.d. po vsaki izvedeni trženjski aktivnosti opravi notranji pregled oziroma analizo uspešnosti trženjske aktivnosti. Uspeh se največkrat pokaže s številom novih sklenjenih zavarovanj. Podjetje meri tudi doseg teh aktivnosti ter morebitne povratne informacije in komentarje s strani uporabnikov (sodelovanje v nagradnih igrah, merjenje obiska spletne strani, merjenje obiska strani na družbenem mediju facebook,

merjenje števila postavljenih vprašanj v določenem obdobju itd.). Kot glavno orodje trženjskega komuniciranja v podjetju uporabljajo oglaševanje preko medijev. V podjetju aplicirajo spletno oglaševanje (približno 80 odstotkov) ter radijsko oglaševanje (približno 20 odstotkov). Oglaševanja preko televizije v zadnjih dveh letih niso uporabili. Poleg omenjenega so tudi aktivno udeleženi pri pripravah različnih športnih dogodkov ter dobrodelnih prireditev v sklopu Skupine Triglav.

3.2 Umestitev podjetja Triglav, Zdravstvena zavarovalnica d.d. na slovenskem zavarovalniškem trgu

3.2.1 Splošne značilnosti trga dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja v Sloveniji

Z vidika dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja je zelo malo razlike med zavarovalnicami saj vse zavarovalnice ponujajo enako dopolnilno zdravstveno zavarovanje. Kot predhodno omenjeno je v Sloveniji dopolnilno zdravstveno zavarovanje zakonsko določeno in je s tem skorajda onemogočeno oblikovanje kakršne koli razlike z vidika zavarovalnic.

Zavarovalnice v tem primeru poskušajo pridobiti dodatne zavarovance na podlagi cene premije in dodatnih ugodnosti. Iz vidika cene se premije med zavarovalnicami zelo malo razlikujejo (Adriatic Slovenica d.d.: 27,49 EUR, Triglav, Zdravstvena zavarovalnica d.d.: 27,51 EUR, Vzajemna, d.v.z.: 26,79 EUR) in vse vključujejo zakonsko določeni 3-odstotni popust. Glede dodatnih prednosti pa poskušajo zavarovalnice privabiti zavarovance z dodatnimi ugodnostmi povezanimi z drugimi zavarovanji kot so na primer popusti pri sklenitvi osnovnega avtomobilskega zavarovanja, popust ob sklenitvi premoženjskega zavarovanja itd. Zdravstvene zavarovalnice se tudi povezujejo z drugimi zavarovalnicami in na ta način oblikujejo celostno zavarovanje na več različnih področjih kar lahko prispeva dodatne ugodnosti ob sklenitvi zavarovanj.

3.2.2 Konkurenta na področju dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja v Sloveniji

Poleg Triglav, Zdravstvene zavarovalnice, d.d. sta v Sloveniji prisotni še dve družbi: Adriatic Slovenica, Zavarovalna družba d.d. in Vzajemna, Zdravstvena zavarovalnica, d.v.z.

Podjetje Adriatic Slovenica, Zavarovalna družba d.d. (v nadaljevanju AS, d.d.) je bilo ustanovljeno 29.12.2005 z združitvijo dveh slovenskih zavarovalnic in je tako postala druga največja slovenska zavarovalnica. Takratna Slovenica, Zavarovalniška hiša d.d. Ljubljana se je pripojila k Adriatic Zavarovalni družbi d.d. (katera se je preimenovala in od takrat naprej posluje pod skupnim imenom) in je bila prva in do takrat edina uspešna združitev v zavarovalniški panogi saj sta se združili tržni mreži obeh zavarovalnic, vsi zaposleni, premoženje, viri, moč in znanje. AS, d.d. je tako postala edina zavarovalnica v Sloveniji, ki v

svojem portfelju nudi zavarovancem vse zavarovalne vrste. To so zdravstvena, premoženjska, življenjska in pokojninska zavarovanja (AS, str. 24).

Kot pglavitno konkurenčno prednost AS, d.d. izpostavlja celovito zavarovalno zaščito na enem mestu. Osebno varnost zagotavljajo z najširšo paleto zdravstvenih in življenjskih zavarovanj, ki so prilagojena potrebam vsakogar. Ponudbo ves čas dopolnjujejo s finančnimi rešitvami, ki ob zavarovanju omogočajo donosno varčevanje, obenem pa zagotavljajo varno jesen življenja (AS, 2016).

Pri svojem delu sledijo petim vrednotam katerim dajejo velik poudarek tako v medosebnih odnosih, v odnosu do strank, poslovnih partnerjev in vseh ostalih deležnikov v okolju. Te vrednote so Odgovornost, Zaupanje, Proaktivnost, Strast in veselje ter Zmagovita miselnost. Podjetje AS, d.d. (AS, Vrednote, poslanstvo in vizija, 2016) ima izoblikovano jasno vizijo: »Postati ena vodilnih zavarovalno-finančnih skupin z glavnim trgom v Sloveniji in hčerinskimi družbami na področju Balkana.« Njihovo poslanstvo se glasi: »Zagotavljanje celovite zavarovalne zaščite in prepoznavanje tveganj za večjo varnost naših strank. Nudimo jim najboljše zavarovalne rešitve po poštenu ceni in vso strokovno podporo ob izbiri ustreznih kritij in ob nastanku škod.«

S ponudbo dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja in široko ponudbo dodatnih zdravstvenih zavarovanj ostaja AS, d.d. v Sloveniji eden največjih ponudnikov zdravstvenih zavarovanj. Za leto 2015 znaša njihov tržni delež na področju dopolnilnih zdravstvenih zavarovanj 20,8 odstotka. Mesečna premija za dopolnilno zdravstveno zavarovanje znaša pri Adriatic Slovenica, d.d. 27,49 EUR (upoštevajoč 3-odstotni popust) (AS, 2016).

Podjetje Vzajemna, Zdravstvena zavarovalnica, d.v.z., je največja specializirana zavarovalnica za prostovoljna zdravstvena zavarovanja v Sloveniji in je bila ustanovljena novembra leta 1999. Organizirana je kot družba za vzajemno zavarovanje torej kot pravna oseba, ki opravlja zavarovalne posle po načelu vzajemnosti. Osnovno dejavnost podjetja predstavljajo dopolnilna zdravstvena zavarovanja in predstavljajo glavnino vseh ponujenih zavarovanj. Na dan 31.12.2015 je imela Vzajemna d.v.z. 56,6% tržni delež na trgu dopolnilnih zdravstvenih zavarovanj v Sloveniji. Poleg dopolnilnih zdravstvenih zavarovanj nudijo tudi široko paleto drugih zdravstvenih zavarovanj (Vzajemna, 2016).

Vzajemna, d.v.z. deluje po načelu vzajemnosti in stremijo k temu, da bodo postali vodilni ponudnik zavarovanj na domačem trgu. Imajo točno določeno vizijo, poslanstvo in vrednote. Vizija se glasi: »Prva izbira, kadar gre za zdravje. Prvi sogovornik, ko gre za preventivo, dolgo in kakovostno življenje. Prvi ponudnik zavarovanj, kadar gre za zdravstveno in osebno varnost.« Kot poslanstvo so izpostavili sledeče: »Vzajemno zdravje in zdravo življenje«. Podjetje Vzajemna d.v.z. ima kot največja specializirana zavarovalnica tudi izoblikovane vrednote po katerih se trudijo delati vsak dan. Lahko so pohvalijo kot družini prijazno podjetje in so znani po spoštljivosti in poštenosti. V več kot 15 - letnem delovanju so se na

slovenskem trgu utrdili s slovesom odgovorne zavarovalnice katera strmi k sodelovanju in uveljavljanju strokovnosti pri delu (Vzajemna, 2016).

Mesečna premija za dopolnilno zdravstveno zavarovanje znaša pri Vzajemni d.v.z. 26,79 EUR (upoštevajoč 3-odstotni popust) in je najnižja v Sloveniji (Vzajemna, 2016).

4 EMPIRIČNA ANALIZA POVPRASEVANJA PO DOPOLNILNEM ZDRAVSTVENEM ZAVAROVANJU MED MLADIMI V SLOVENIJI

4.1 Namen, cilji in raziskovalne hipoteze

Magistrsko delo se v drugem delu nadaljuje z empirično analizo povpraševanja po dopolnilnem zdravstvenem zavarovanju med mladimi v Sloveniji. Pri analizi sem uporabila kvalitativno metodo (poglobljeni intervju) ter kvantitativno metodo (spletna anketa). V podpoglavjih sem predstavila namen, cilje in raziskovalne hipoteze, katere sem nato sprejela oziroma ovrgla na podlagi pridobljenih rezultatov. Sledi analiza in opis rezultatov glede na posamezno metodo raziskovanja in na koncu še ostale ugotovitve v povezavi z empirično analizo.

Namen raziskave je pomagati podjetju Triglav, Zdravstvena zavarovalnica d.d. pri prepoznavanju ključnih dejavnikov izbire dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja med mladimi v Sloveniji. Z opravljeno raziskavo želim prispevati pri oblikovanju nove trženjske strategije, ki bo usmerjena v ciljno skupino mladih od dopolnjenega 18. leta starosti do vključno 30. leta starosti in s tem omogočiti povečanje deleža sklenjenih dopolnilnih zdravstvenih zavarovanj v tej skupini.

Cilj raziskave je predstaviti dopolnilno zdravstveno zavarovanje v Sloveniji ter identificirati in analizirati dejavnike izbire, ki pomembno vplivajo na mlade in njihovo izbiro zavarovalnice pri sklenitvi dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja. Na podlagi teoretičnih spoznanj sem oblikovala temeljna raziskovalna vprašanja katerih smiselnost in veljavo sem nato preverila s pomočjo kvalitativne metode raziskovanja (poglobljeni intervju) in kvantitativne metode raziskovanja (spletna anketa).

Raziskovalna vprašanja so sledeča:

RV1: V kolikšni meri so mladi seznanjeni s ponudniki dopolnilnih zdravstvenih zavarovanj?

RV2: Ali mladi izberejo istega ponudnika dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja kot starši?

RV3: Kje mladi pridobivajo informacije o ponudnikih dopolnilnih zdravstvenih zavarovanj?

RV4: Kateri dejavniki vplivajo na mlade in njihovo odločitev o izbiri ponudnika dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja?

RV5: Kateri trženjski kanali omogočajo zdravstvenim zavarovalnicam dosegati ciljno skupino mladih?

S pomočjo teoretičnega znanja, ugotovitvami pridobljenimi s pomočjo poglobljenih intervjujev ter željami podjetja Triglav, Zdravstvena zavarovalnica d.d. sem nato opredelila hipoteze v zvezi s ciljno skupino v sklopu oblikovanih raziskovalnih vprašanj. Hipoteze sem preverila z uporabo ankete kot kvantitativne metode pridobivanja podatkov in poglobljenih intervjujev kot kvalitativne metode raziskovanja in so podrobno predstavljene v podpoglavju 4.6 Preizkušanje hipotez.

Hipoteze so naslednje:

- H1: Mladi ne poznajo razlike med dopolnilnim in dodatnim zdravstvenim zavarovanjem
- H2: Pri odločitvi o izbiri zavarovalnice za sklenitev dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja na mlade najbolj vplivajo priporočila staršev
- H3: Dosežena stopnja izobrazbe vpliva na intenzivnost iskanja informacij o dopolnilnem zdravstvenem zavarovanju
- H4: Več dodatnih ugodnosti ob sklenitvi zavarovanja pozitivno vpliva na aktivnost mladih pri iskanju informacij o dopolnilnem zdravstvenem zavarovanju
- H5: Mladi, ki bolj pogosto spremljajo družbene medije, so bolj aktivni pri iskanju informacij prek spleta o dopolnilnem zdravstvenem zavarovanju
- H6: Znana osebnost v oglasu pozitivno vpliva na pripravljenost mladih pri iskanju informacij o dopolnilnem zdravstvenem zavarovanju
- H7: Osebe, ki so že izbrale zavarovalnico, se z osebami, ki zavarovalnice še niso izbrale, v povprečju ne strinjajo v enaki meri o pomembnosti dejavnika cene pri izbiri
- H8: Osebe, ki so že izbrale zavarovalnico, se z osebami, ki zavarovalnice še niso izbrale, v povprečju ne strinjajo v enaki meri o pomembnosti dejavnika dodatnih ugodnosti pri izbiri
- H9: Osebe, ki so že izbrale zavarovalnico, se z osebami, ki zavarovalnice še niso izbrale, v povprečju ne strinjajo v enaki meri o pomembnosti dejavnika priporočil prijateljev pri izbiri
- H10: Osebe, ki so že izbrale zavarovalnico, se z osebami, ki zavarovalnice še niso izbrale, v povprečju ne strinjajo v enaki meri o pomembnosti dejavnika priporočil staršev pri izbiri
- H11: Osebe, ki so že izbrale zavarovalnico, se z osebami, ki zavarovalnice še niso izbrale, v povprečju ne strinjajo v enaki meri o pomembnosti dejavnika priporočil delodajalca pri izbiri
- H12: Osebe, ki so že izbrale zavarovalnico, se z osebami, ki zavarovalnice še niso izbrale, v povprečju ne strinjajo v enaki meri o pomembnosti dejavnika vse na enem mestu zavarovano pri izbiri
- H13: Osebe, ki so že izbrale zavarovalnico, se z osebami, ki zavarovalnice še niso izbrale, v povprečju ne strinjajo v enaki meri o pomembnosti dejavnika ugleda zavarovalnice cene pri izbiri

4.2 Metodologija

Empirična analiza povpraševanja po dopolnilnem zdravstvenem zavarovanju med mladimi v Sloveniji je bila opravljena s pomočjo dveh metod: kvalitativne metode (poglobljeni intervjuji) in kvantitativne metode (anketni vprašalnik). S pomočjo obeh sem želela prikazati trenutno stanje poznavanja dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja med mladimi ter doseči zastavljeni cilj pridobitve kvalitetnih rezultatov, ki bodo podjetju Triglav, Zdravstvena d.d. lahko pomagali pri oblikovanju nove trženjske strategije.

Kot kvalitativno metodo raziskovanja sem izbrala poglobljeni intervju zaradi prednosti, ki jih omenjena metoda ponuja. Bregar, Ograjenšek in Bavdaž (2005, str. 37) podrobneje predstavljajo prednosti poglobljenega intervjuja, in sicer visoka stopnja odgovora, velika prilagodljivost in daljši čas spraševanja. Intervju opredeljujejo kot pogovor z določenim namenom. Pri standardiziranem intervjuju se morejo spraševalci strogo držati navodil za izvedbo intervjuja, saj je s tem zagotovljen enak pristop v vseh intervjujih. Vsi izpraševanci morajo torej biti izpostavljeni popolnoma enakim vprašanjem, navodilom in pojasnilom (posledično tudi enaki ubeseditvi) v popolnoma enakem zaporedju. Cilj takega pristopa je zmanjšati merske napake, ki so posledica spraševalčevega vpliva (2005, str. 82-84).

Z intervjujem sem želela preveriti ali ciljna skupina mladih pozna dopolnilno zdravstveno zavarovanje in če vedo kaj to zavarovanje nudi oziroma zajema. Z vnaprej pripravljenimi vprašanji oziroma vodili za intervju, ki se nahajajo v Prilogi 1, sem opravila poglobljene intervjuje z osmimi mladimi osebami, ki ustrezajo ciljni skupini na temo poznavanja dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja in uporabe spletnih medijev. Intervjuje sem posnela na diktafon. Celotni intervjuji se nahajajo v Prilogi 2. Pridobljene podatke sem nato uporabila za preverjanje smiselnosti zastavljenih raziskovalnih vprašanj in postavljenih hipotez, oblikovane na podlagi pogovora s predstavniki iz podjetja Triglav, Zdravstvena zavarovalnica d.d.

Pri kvantitativni metodi raziskovanja sem se odločila za uporabo spletne ankete zaradi prednosti, ki jih omenjena metoda ponuja. Te prednosti zajemajo hitrost, nizke fiksne stroške, računalniško pismenost, grafične in multimedijske možnosti ter možnost velikega vzorca (Bregar, Ograjenšek & Bavdaž, 2005, str. 90). Spletna anketa se nahaja v Prilogi 3. Anketa je sestavljena iz 41 vprašanj razdeljenih na dva dela (prvi del je namenjen tistim, ki so dopolnilno zdravstveno zavarovani; drugi del pa tistim, ki niso dopolnilno zdravstveno zavarovani). Spletna anketa je sestavljena na način, ki mi omogoča analizo pridobljenih rezultatov (s pomočjo Excel in SPSS) in preverbo smiselnosti zastavljenih hipotez, ki naj bi veljale za ciljno skupino mladih. Spletno anketo sem aktivirala dne 9. junija 2016 ter jo zaključila 9. septembra 2016. Vabila za izpolnjevanje spletne ankete sem potencialnim anketirancem poslala preko družbenega medija Facebook ter elektronske pošte. Ob srečanju anketirancev v živo sem jih prosila za reševanje ankete preko mobilnega telefona oziroma dostopnega računalnika.

4.3 Predstavitev ciljne skupine mladih v Sloveniji

Ministrstvo za izobraževanje, znanost in šport Republike Slovenije (2016, Osnovne definicije) opredeljuje mlade kot mladostnike in mlade odrasle osebe obeh spolov, stare od 15. do dopolnjenega 29. leta starosti. Ciljno skupino mojega magistrskega dela predstavljajo mladi od dopolnjenega 18. leta starosti do vključno 30. leta starosti saj je raziskava v moji magistrski nalogi specifična in se usmerja v omenjeno starostno skupino. Ciljna skupina mladih zajema drugačno starostno opredelitev, ker je zelo majhen odstotek mladih v Sloveniji do 18. leta starosti samostojno zdravstveno zavarovano. Mladostniki do 18. leta so večinoma zdravstveno zavarovani preko staršev. Ravno tako se večina mladih v Sloveniji do 25. leta še šola in jih veliko uveljavlja zdravstveno zavarovanje preko staršev. Od dopolnjenega 26. leta starosti je v Sloveniji zakonsko določeno, da se zdravstveno zavarovanje ne more več uveljavljati preko staršev in je posameznik primoran skleniti obvezno zdravstveno zavarovanje (tudi, če se še redno šola) in se prostovoljno odločiti o sklenitvi dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja.

Ciljna skupina mladih v moji magistrski nalogi zajema mlade rojene v obdobju od dne 1.1.1986 do dne 31.12.1998. V tem obdobju se je v Sloveniji rodilo 43.426 živorojenih otrok, od tega je bilo 22.331 otrok moškega spola, 21.095 otrok pa ženskega spola (Statistični urad Republike Slovenije, 2016). Ciljna skupina mladih je torej sestavljena iz 51,4 odstotka mladih moških in 48,6 mladih ženskih v omenjeni starostni skupini.

Izobrazbena struktura ciljne skupine je v dnevnem spreminjanju saj je pretežni del populacije še vključene v izobraževalni sistem. Na podlagi pridobljenih podatkov je v letu 2015 ciljna skupina mladih starih od 18 do 30 let po izobrazbeni strukturi predstavljena v Tabeli 1.

Tabela 1: Ciljna skupina mladih v Sloveniji glede na spol, starost, leto in izobrazbo

		Nepopolna osnovnošolska	Osnovno šolska	Nižja poklicana	Srednja poklicna	Srednja strokovna, srednja splošna	Višješolska, visokošolska - Skupaj	Visokošolska 1. stopnje ipd.	Visokošolska 2. stopnje ipd.	Visokošolska 3. stopnje ipd.
S P O I - S K U P A J	18 let	130	17973	86	644	833	0	0	0	0
	19 let	104	6188	127	1033	12259	0	0	0	0
	20 let	151	3533	183	1338	15096	27	27	0	0
	21 let	161	2717	211	1633	15307	595	595	0	0
	22 let	179	2300	176	1785	14382	2069	2067	2	0
	23 let	234	1593	175	2121	13600	4776	4677	99	0
	24 let	241	1355	187	2438	12332	6705	6194	511	0
	25 let	160	1459	201	2979	12102	7570	5626	1926	18
	26 let	181	2029	237	3132	12199	8857	5557	3263	37
	27 let	147	2078	243	3494	11743	9470	5114	4256	100
28 let	147	1939	268	3720	11203	9385	4627	4570	188	
29 let	64	2051	260	4249	11052	9989	4380	5332	277	
30 let	80	2081	266	4609	10740	10359	4210	5733	416	

Vir: Statistični urad Republike Slovenije, Prebivalstvo, staro 15 ali več let, po izobrazbi, starosti in spolu, Slovenija, letno, 2016

4.4 Metoda poglobljenih intervjujev

4.4.1 Opis vzorca

S poglobljenim intervjujem sem želela preveriti ali ciljna skupina mladih pozna dopolnilno zdravstveno zavarovanje in ali vedo kaj to zavarovanje nudi oziroma zajema. Z vnaprej pripravljenim opomnikom za intervju sem nato opravila poglobljene intervjuje z osmimi mladimi ženskami in moškimi. Na ta način sem želela preveriti smiselnost zastavljenih raziskovalnih vprašanj iz katerih sem posledično oblikovala naslednje dve hipoteze (H1 in H2) in jih nato preverila s kvalitativno metodo poglobljenega intervjuja. Omenjene hipoteze so predstavljene v točki 4.6 Preizkušanje hipotez. Opravljeni intervjuji so mi bili v pomoč pri oblikovanju anketnega vprašalnika, predstavljenega v nadaljevanju mojega magistrskega dela.

4.4.2 Opis merskega inštrumenta

Poglobljene intervjuje sem opravila s pomočjo opomnika za poglobljeni intervju. Opomnik sem sestavila z namenom pridobitve uporabnih podatkov za nadaljnjo analizo in za pomoč pri sestavljanju anketnega vprašalnika v nadaljevanju analize. Opomnik za poglobljeni intervju je sestavljen iz dveh delov. Začetni del je za vse intervjuvance enak z namenom pridobitve osnovnih socio - ekonomskih podatkov o starosti, spolu, izobrazbi, zaključku šolanja in statusu oseb vključenih v intervju. Intervju sem nato usmerila na določena vprašanja v odvisnosti odgovorov intervjuvancev o sklenjenem, ali ne, dopolnilnem zdravstvenem zavarovanju. Osebe, ki so dejale, da so dopolnilno zdravstveno zavarovane sem posledično spraševala o podrobnejših podatkih glede njihovega dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja (pri kateri zavarovalnici so zavarovani, kdaj so sklenili zavarovanje, kako so sklenili zavarovanje, ali so se pozanimali in pridobili dodatne informacije pred sklenitvijo zavarovanja, kdo je vplival na njihovo odločitev o izbiri ponudnika itd). Osebe, ki so dejale, da niso dopolnilno zdravstveno zavarovane sem razdelila na dve skupini. Skupino vprašanj sem določila na podlagi informacije ali vedo kaj točno je dopolnilno zdravstveno zavarovanje in kaj le – to ponuja. Če so intervjuvanci vedeli kaj je dopolnilno zdravstveno zavarovanje sem jim namenila nadaljnja vprašanja v zvezi z njihovo morebitno sklenitvijo dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja v prihodnosti (kako bi želeli skleniti zavarovanje, bi se pred sklenitvijo zavarovanja pozanimali in iskali dodatne informacije o ponudnikih, kdo bi lahko vplival na njihovo izbiro ponudnika zavarovanja, katere ugodnosti bi jih pritegnile k zavarovanju itd). Če intervjuvanci niso vedeli kaj je dopolnilno zdravstveno zavarovanje sem jih nato spraševala o njihovi uporabi družbenih medijev (katere družbene medije uporabljajo, zakaj uporabljajo družbene medije, v katerem časovnem razponu dneva jih uporabljajo, katere medije poleg družbenih medijev še uporabljajo, kdaj zaznajo oglasna sporočila itd.). Vodila za poglobljeni intervju so nahajajo v Prilogi 1.

4.4.3 Analiza podatkov

S pomočjo poglobljenega intervjuja sem želela pridobiti kakovostne odgovore o seznanjenosti mladih z dopolnilnim zdravstvenim zavarovanjem. Z vnaprej pripravljenim opomnikom za intervju sem opravila poglobljene intervjuje z šestimi mladimi ženskami in dvema mladima moškima, ki spadajo v ciljno skupino mladih od dopolnjenega 18. leta starosti do dopolnjenega 30. leta starosti. Šest oseb je dopolnilno zdravstveno zavarovanih zato sem jim namenila prvi sklop vprašanj v zvezi z dopolnilnim zdravstvenim zavarovanjem. Dve mladi ženski sta še študentki, zastavila sem jima vprašanja iz drugega sklopa intervjuja. Ena izmed študentk je imela v preteklosti slabo izkušnjo z zavarovalnico in sklenitvijo dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja zato sem ji postavila vprašanja v zvezi z morebitno sklenitvijo dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja v prihodnosti in tudi vprašanja v zvezi z uporabo družbenih medijev. Druga študentka ni bila seznanjena s pomenom dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja (zavarovana je preko staršev). Zastavila sem ji vprašanja v zvezi z uporabo družbenih medijev. V nadaljevanju predstavljam odgovore šestih oseb, ki so dopolnilno zdravstveno zavarovane in nato še odgovore dveh oseb, ki še niso dopolnilno zdravstveno zavarovane. Transkripti celotnih poglobljenih intervjujev se nahajajo v Prilogi 2.

Izmed šestih oseb, ki so sklenile dopolnilno zdravstveno zavarovanje so štiri dejale, da so zavarovanje sklenile ob pridobitvi pogodbe o zaposlitvi. Ena oseba je sklenila zavarovanje ob zaključku šolanja in ena oseba je sklenila zavarovanje ob dopolnitvi 26. leta starosti. Pet intervjuvancev je sklenilo dopolnilno zdravstveno zavarovanje pri zavarovalnici. Eden pa je zavarovanje sklenil preko zastopnika. Pet jih je dejalo, da so sami sklenili dopolnilno zdravstveno zavarovanje, eden je dejal, da je partner sklenil dopolnilno zdravstveno zavarovanje v njegovem imenu. Samo dve osebi so se pred sklenitvijo dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja pozanimali o samem zavarovanju in ponudnikih. Informacije so iskali pri znancih, starših in preko interneta. Preostale štiri osebe so dejale, da se niso pozanimale in da niso iskale dodatnih informacij, ker da vse zavarovalnice ponujajo enako dopolnilno zdravstveno zavarovanje z majhnim odstopanjem v ceni. Na njihovo odločitev o izbiri določenega ponudnika so vplivali znanci, zavarovalni zastopnik, starši ter možnost sklenitve različnih zavarovanj na enem mestu. Noben intervjuvanec ni imel težav z izbrano zavarovalnico in ne namerava zamenjati zavarovalnice v bližnji prihodnosti. Vseh šest oseb je dejalo, da bi bila poglavitna razloga za razmislek o zamenjavi ponudnika dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja ponudba občutno nižje cene zavarovanja in ponudba dodatnih ugodnosti ob sklenitvi le tega. Pet oseb je dejalo, da se po njihovem mnenju izplača imeti več zavarovanj urejenih pri istem ponudniku saj s tem pridobijo dodatne ugodnosti oziroma plačajo nižjo premijo. Ena oseba je bila mnenja, da je boljše ločiti zavarovanja in imeti več različnih zavarovanj urejenih pri različnih ponudnikih, saj se cenovno bolj izplača.

Izmed dveh oseb, ki še niso sklenile dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja je ena imela predhodno slabo izkušnjo s sklenitvijo zdravstvenega zavarovanja z eno izmed zavarovalnic in je omenjeni dogodek podrobneje opisala kot problem pomanjkanja informacij. Dejala je, da

je imela slabo izkušnjo z zavarovalnim zastopnikom in da se bo naslednjič pred sklenitvijo kateregakoli zavarovanja zelo dobro pozanimala o pogojih zavarovanja in možnostjo plačevanja v obrokih. Dve osebe, ki še niso dopolnilno zdravstveno zavarovane so posledično odgovarjale na vprašanja vezana na uporabo družbenih medijev. Obe redno uporabljata družbeni medij Facebook. Ena oseba je rekla, da uporablja še družbeni medij Snap Chat, Instagram in Twitter. Obe osebi uporabljata družbene medije za komuniciranje s prijatelji ter za objavo in ogled slik. Obe sta dejali, da dnevno uporabljata družbeni medij in da ga v celotnem dnevu uporabljata približno 3 do 4 ure. Ena oseba uporablja družbeni medij največkrat v dopoldanskem času, druga pa družbeni medij največkrat uporablja v večernih urah. Obe osebi sta dejali, da poleg družbenih medijev sledita še ponujenim vsebinam televizije in prebirata različne revije in časopise. Oglasna sporočila obe osebi zaznata, ko utripajo na ekranu. Za ogled oglasa se odločita na podlagi vsebine oglasa. Obe osebi sta dejali, da običajno iščeta informacije o različnih ponudnikih in storitvah na internetu.

4.4.4 Priporočila za nadaljnje raziskovanje

Z vidika nadaljnjega raziskovanja v nadaljevanju priporočam podrobnejše raziskovanje vpliva oglaševanja določenih storitev ali proizvodov na družbenih medijih in posledični vpliv na odločitev mladih glede nakupa določene storitve ali proizvoda. Pri poglobljenih intervjujih so namreč mladi izpostavili tudi pomen učinkovitega oglaševanja storitev in proizvodov preko družbenih medijev kar velikokrat vpliva na njihovo odločitev o iskanju dodatnih informacij na internetnem omrežju glede določenih storitev ali proizvodov.

4.5 Metoda anketiranja

4.5.1 Opis vzorca

Anketni vprašalnik je izpolnilo 202 oseb, od omenjenih je celotno anketo rešilo 161 oseb. 34 oseb ne spada v okvir raziskovalne ciljne skupine in sem jih zato izključila iz nadaljnje analize. V nadaljnji analizi sem uporabila 127 odgovorov oseb, ki so v celoti rešile anketo in so v ciljni skupini mladih od dopolnjenega 18. leta starosti do ključno 30. leta starosti. Anketni vprašalnik je rešilo 65 moških in 62 žensk.

Tabela 2: Število in delež anketiranih oseb po spolu (N=127)

Spol	Število	Delež v %
Moški	65	51,2
Ženska	62	48,8
Skupaj	127	100,0

Starost sem ugotovila na podlagi vprašanja v anketnem vprašalniku kjer sem osebe prosila, da navedejo dopolnjeno starost v letih. Ciljna skupina mladih je v Sloveniji sestavljena iz 51,4 odstotka mladih moških in 48,6 mladih ženskih v omenjeni starostni skupini od dopolnjenega 18. leta starosti do vključno 30. leta starosti. Ciljno skupino mladih sem nato razdelila na dve skupini: mladi, ki so že sklenili dopolnilno zdravstveno zavarovanje in mladi, ki še niso sklenili dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja. Anketni vprašalnik je rešilo 90 mladih oseb, ki imajo sklenjeno dopolnilno zdravstveno zavarovanje in 37 mladih oseb, ki nimajo še sklenjenega dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja.

Skupino 90 oseb, ki so že sklenile dopolnilno zdravstveno zavarovanje sestavlja 43 moških in 47 žensk. Znotraj te skupine je 23 oseb študentov s statusom (15 oseb je že dopolnilo 26. leto starosti, 8 oseb je mlajših od 26. leta starosti in nimajo urejenega zdravstvenega zavarovanja preko staršev), 4 osebe so študenti brez statusa, 54 jih je zaposlenih in 9 je brezposelnih. Skupino 37 mladih oseb, ki še niso sklenili dopolnilno zdravstveno zavarovanje sestavlja 22 moških in 15 žensk. V tej skupini je 33 študentov s statusom in še niso dopolnili 26. leta starosti in 4 zaposlene osebe (živijo v tujini in so v tujini zavarovane, oziroma niso zavarovani, ker menijo, da to ni potrebno).

Na podlagi pridobljenih odgovorov in deleža moških in žensk, ki je anketni vprašalnik rešilo lahko sklepam, da je vzorec priložnostni. Priložnostni vzorec ponuja dobro podlago za vpogled v nekatere značilnosti populacije, ki lahko služijo kot izhodišča za nadaljnje raziskovanje. Celotni anketni vprašalnik se nahaja v Prilogi 3. Popolni odgovori vseh 161 anketirancev se nahajajo v Prilogi 4.

4.5.2 Opis merskega inštrumenta

Z anketnim vprašalnikom sem želela preveriti ali je ciljna skupina mladih seznanjena z dopolnilnim zdravstvenim zavarovanjem in kako različne socio - demografske spremenljivke vplivajo na mlade pri iskanju informacij o dopolnilnem zdravstvenem zavarovanju. Osredotočila sem se tudi na povezavo med družbenimi mediji in željo, da se oglaševanje in trženje omenjene storitve še bolj približa mladim in njihovim potrebam in tako spozna kateri so tisti dejavniki izbire, ki odločilno vplivajo na mlade pri izbiri dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja. Na ta način sem želela pridobiti kakovostne rezultate s katerimi sem si pomagala preveriti smiselnost zastavljenih raziskovalnih vprašanj iz katerih sem posledično oblikovala naslednjih enajst hipotez (H3, H4, H5, H6, H7, H8, H9, H10, H11, H12 in H13). Hipoteze sem preverila s kvantitativno metodo anketnega vprašalnika in so nadaljnjo predstavljene v točki 4.6 Preizkušanje domnev.

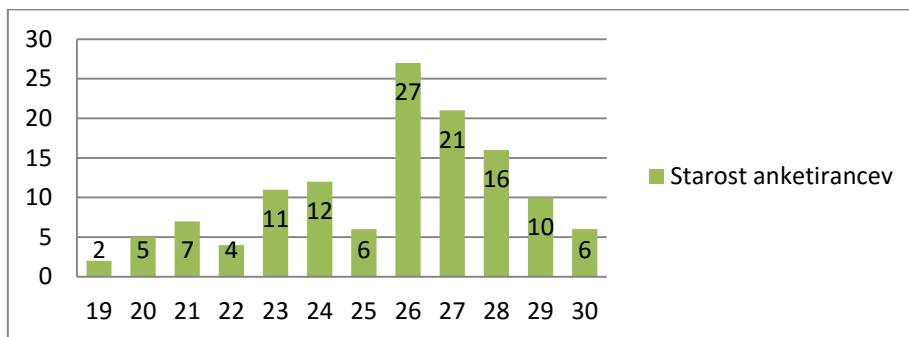
4.5.3 Analiza podatkov

S pomočjo anketnega vprašalnika sem želela pridobiti kakovostne odgovore o tem kakšna je seznanjenost mladih z dopolnilnim zdravstvenim zavarovanjem in kateri dejavniki izbire

pomembno vplivajo na njihovo izbiro. V nadaljevanju predstavljam analizo anketnih vprašanj in odgovore na posamezno anketno vprašanje. Anketni vprašalnik je rešilo v celoti 161 oseb. 34 anketirancev je bilo starejših od 30 let zato sem jih iz nadaljnje analize izključila. Analiza vprašalnika, ki sledi vsebuje odgovore 127 oseb, ki spadajo v ciljno skupino mladih od dopolnjenega 18. leta starosti do dopolnjenega 30. leta starosti.

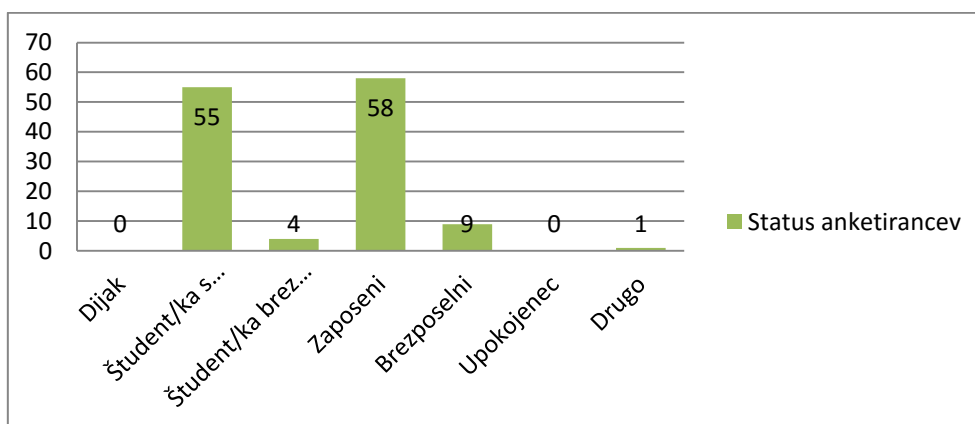
- Demografija – Navedite Vašo dopolnjeno starost (v letih) Na omenjeno vprašanje je odgovorilo vseh 127 anketirancev. Njihova starost je prikazana v Sliki 2. Največ anketirancev je starih 26 let (27 anketirancev), najmanj pa 19 let (2 anketiranca). Noben anketiranec ni star 18 let.

Slika 2: Dopolnjena starost anketirancev (N=127)



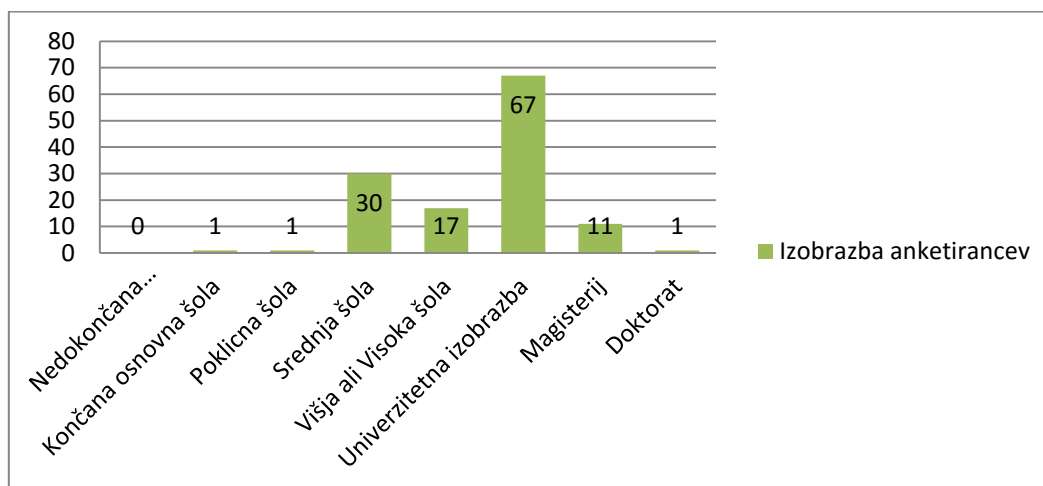
- Demografija – Kakšen je Vaš trenutni status? Na vprašanje je odgovorilo vseh 127 anketirancev. Pri tem vprašanju me je zanimala struktura anketirancev glede na status. Na anketni vprašalnik ni odgovoril noben dijak in noben upokojenec. Največ anketirancev je odgovorilo, da so zaposleni (58 anketirancev) in da so študenti s statusom (55 anketirancev). Vprašanje je imelo možnost Drugo, prosim navedite kaj: kjer so lahko prosto povedali drugi tip statusa. Ena oseba je odgovorila, da je študentka s statusom in si sama plačuje obvezno in dopolnilno zdravstveno zavarovanje.

Slika 3: Trenutni status anketirancev (N=127)



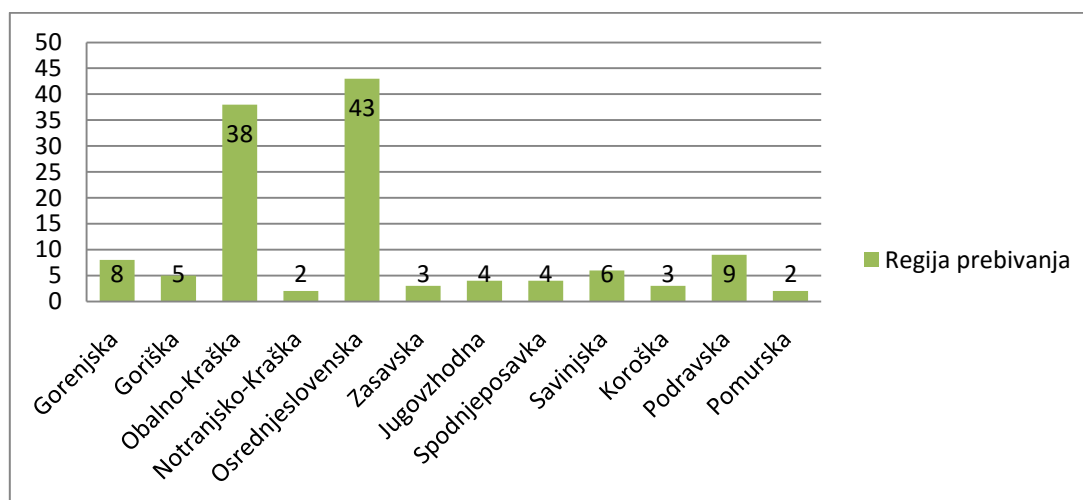
- Demografija – Kakšna je Vaša trenutno najvišja dosežena formalna stopnja izobrazbe? Na vprašanje je odgovorilo vseh 127 anketirancev. Sestava izobrazbe je različna, saj se veliko anketirancev še šola (razvidno iz prejšnjega vprašanja). Noben anketiranec nima nedokončane osnovne šole in končanega doktorata. Večina anketirancev ima univerzitetno izobrazbo (67 anketirancev).

Slika 4: Dosežena formalna izobrazba (N=127)



- Demografija – V kateri regiji prebivate? Na vprašanje je odgovorilo vseh 127 anketirancev. Omenjeno vprašanje je bilo zastavljeno z razlogom ugotovitve stalnega prebivališča anketiranih oseb. Največ oseb je odgovorilo, da prebivajo v Osrednjeslovenski regiji (43 anketirancev) in Obalno – Kraški regiji (38 anketirancev). Ostale regije so približno enako razporejene, najmanj anketirancev prebiva v Notranjsko – Kraški regiji in Pomurski regiji (po 2 anketiranca v vsaki regiji).

Slika 5: Regija prebivanja (N=127)



Q3 – Katere vrste zdravstvenih zavarovanj poznate? Na vprašanje je odgovorilo 120 anketirancev, 7 jih je odgovorilo z odgovori kot so: ne vem in vsa tri zavarovanja. Skoraj vsi so odgovorili, da poznajo osnovno zdravstveno zavarovanje (v pravilni definiciji so verjetno imeli v mislih obvezno zdravstveno zavarovanje). Glede na to, da sem v anketi v predgovoru jasno predstavila kakšna je razlika med dopolnilnim in dodatnim zdravstvenim zavarovanjem jih je veliko posledično navedlo tri zavarovanja: obvezno, dopolnilno in dodatno zdravstveno zavarovanje. Podan odgovor je razkril tudi dejstvo koliko vprašanih je prebralo predgovor. Poleg omenjenega so bili zanimivi tudi posamezni drugi odgovori, v katerih so anketiranci našli še: invalidsko zavarovanje, nezgodno zavarovanje, premoženjsko zavarovanje, življenjsko zavarovanje in pokojninsko zavarovanje. Po teh sodeč sklepam, da niso vsi anketiranci natančno seznanjeni s tem kaj ponujajo in kaj zajemajo zdravstvena zavarovanja. Večinoma so pa anketiranci dobro seznanjeni s tem, da je obvezno zdravstveno zavarovanje temelj za njihovo zdravstveno oskrbo.

Q4 – Ste dopolnilno zdravstveno zavarovani? S tem vprašanjem sem želela preveriti koliko anketirancev v ciljni skupini mladih je že sklenilo dopolnilno zdravstveno zavarovanje in koliko jih še ni sklenilo zavarovanja. Posledično se anketni vprašalnik razdeli na dva dela glede na to ali je anketiranec dopolnilno zdravstveno zavarovan oziroma še ni dopolnilno zdravstveno zavarovan. Naslednjih 13 vprašanj je prilagojenih anketirancem, ki so že sklenili zdravstveno zavarovanje. 9 prilagojenih vprašanj je namenjenim tistim, ki še niso dopolnilno zdravstveno zavarovani. Ob zaključku teh vprašanj se anketa ponovno združi in vseh 127 anketirancev je odgovorilo še na preostalih 11 vprašanj. Od 127 anketirancev je 90 dopolnilno zdravstveno zavarovanih, 37 pa nima sklenjenega dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja.

Q5 – Pri kateri zavarovalnici ste dopolnilno zdravstveno zavarovani? Od 90 anketirancev, ki je dopolnilno zdravstveno zavarovanih je 20 zavarovanih pri zavarovalnici Adriatic Slovenica, d.d. 23 vprašanih je zavarovanih pri Triglav, Zdravstveni zavarovalnici, d.d in 47 anketirancev je zavarovanih pri zavarovalnici Vzajemna, d.v.z. Odgovori ponovno ponujajo sklep, da je vzorec priložnostni in da ponuja dobro podlago za vpogled v nekatere značilnosti populacije saj omenjeni delež ustreza tržnemu deležu posameznih podjetij (tržni delež sem predstavila v 3. poglavju).

Q6 – Kdaj ste sklenili dopolnilno zdravstveno zavarovanje? Anketiranci so imeli možnost izbire enega odgovora med štirimi ponujenimi odgovori. Od skupno 90 anketirancev je 15 anketirancev sklenilo zavarovanje ob zaključku formalnega izobraževanja. 8 anketirancev je sklenilo dopolnilno zdravstveno zavarovanje ob prekinitvi formalnega izobraževanja oziroma »ob pavziranju«. 36 anketirancev je odgovorilo, da so sklenili dopolnilno zdravstveno zavarovanje ob sklenitvi delovnega razmerja. Ob dopolnitvi 26. leta starosti pa je zavarovanje sklenilo 31 anketirancev. Odgovori ponujajo vidno povezavo v dejstvu, da je teh 90 anketirancev že dopolnilno zdravstveno zavarovanih in s sklenjenim delovnim razmerjem. Mladi morajo ob sklenitvi delovnega razmerja urediti zdravstveno zavarovanje saj ga ne morejo več koristiti preko staršev tudi v primeru, da še niso dopolnili 26. leta starosti.

Q7 – Kje ste sklenili dopolnilno zdravstveno zavarovanje? Od skupno 90 anketirancev je 60 anketirancev dejalo, da so dopolnilno zdravstveno zavarovanje sklenili pri zavarovalnici oziroma preko zastopnika. Preko interneta je zavarovanje sklenilo 19 anketirancev. 11 anketirancev pa je zavarovanje sklenilo pri delodajalcu ob zaposlitvi.

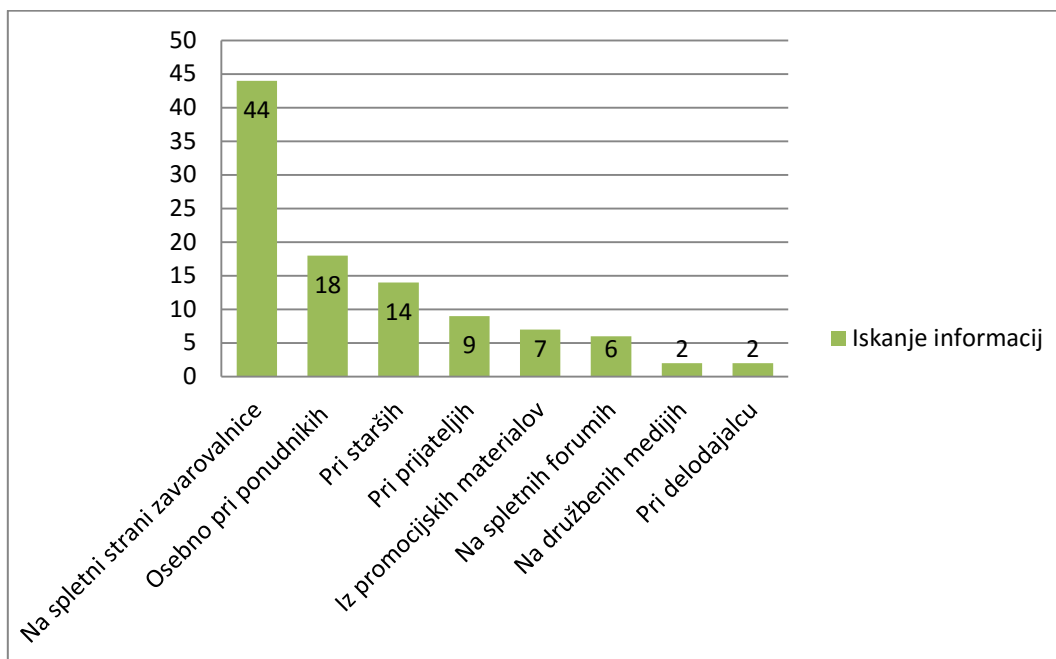
Q8 – Kako ste sklenili dopolnilno zdravstveno zavarovanje? 80 anketirancev od skupno 90 anketirancev je dopolnilno zdravstveno zavarovanje sklenilo samoiniciativno. 6 jih je dejalo, da so starši sklenili zavarovanje v njihovem imenu. En anketiranec je označil, da je prijatelj/ica oziroma partner/ka sklenil/a zavarovanje v njihovem imenu. Dva anketiranca pa sta izbrala možnost Drugo, prosim navedite kaj: Kot razlog sta navedla sklenitev zavarovanja preko študentskega servisa in delodajalca.

Q9 – Ste se pred sklenitvijo dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja pozanimali o različnih ponudnikih (zavarovalnicah)? Od skupno 90 anketirancev se polovica anketirancev ni pozanimala o različnih ponudnikih, druga polovica pa se je pozanimala o različnih ponudnikih. Tisti, ki se niso pozanimali so kot razloge navedli sledeče: imajo prijatelje oziroma znance pri določeni zavarovalnici, se jim ni ljubilo iskati informacij in da so si cenovno vse zavarovalnice zelo podobne. Anketiranci, ki so se pozanimali o ponudnikih pa so kot razloge za iskanje informacije navedli naslednje: želeli so kljub vsemu preveriti cene konkurence ter zanimale so jih dodatne ugodnosti ob sklenitvi dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja.

Q10 – Zakaj se niste pozanimali o različnih ponudnikih? Na omenjeno vprašanje so odgovarjali anketiranci, ki so v prejšnjem vprašanju odgovorili, da se niso pozanimali o ponudnikih. Vprašanje je bilo tako postavljeno, da je bilo možnih več odgovorov obenem. Od 45 vprašanih, ki so odgovarjali na omenjeno vprašanje je 17 anketirancev dejalo, da so vse cene (premije) približno enake. 17 jih je tudi navedlo razlog, da ni velike razlike med ponudniki. Poleg tega so posamezniki navedli še naslednje razloge: sklenitev zavarovanja preko delodajalca in zato pomanjkanje zanimanja in kot drugi motiv tudi dejstvo, da imajo znance pri določenih zavarovalnicah.

Q11 – Kje ste dobili potrebne informacije o različnih ponudnikih dopolnilnih zdravstvenih zavarovanj (zavarovalnicah)? Na omenjeno vprašanje je odgovarjalo 45 anketirancev, ki so v vprašanju Q9 dejali, da so se pozanimali o ponudnikih zavarovanj pred sklenitvijo dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja. Vprašanje je bilo tako postavljeno, da je bilo možno odgovoriti na več odgovorov obenem. 44 anketirancev je dejalo, da so informacije našli na spletni strani zavarovalnice. Poleg tega so informacije iskali tudi osebno pri ponudnikih dopolnilnih zdravstvenih zavarovanj (18 anketirancev) in pri starših (14 anketirancev). Slika 6 podrobno prikazuje kje vse so anketiranci iskali informacije o ponudnikih dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja.

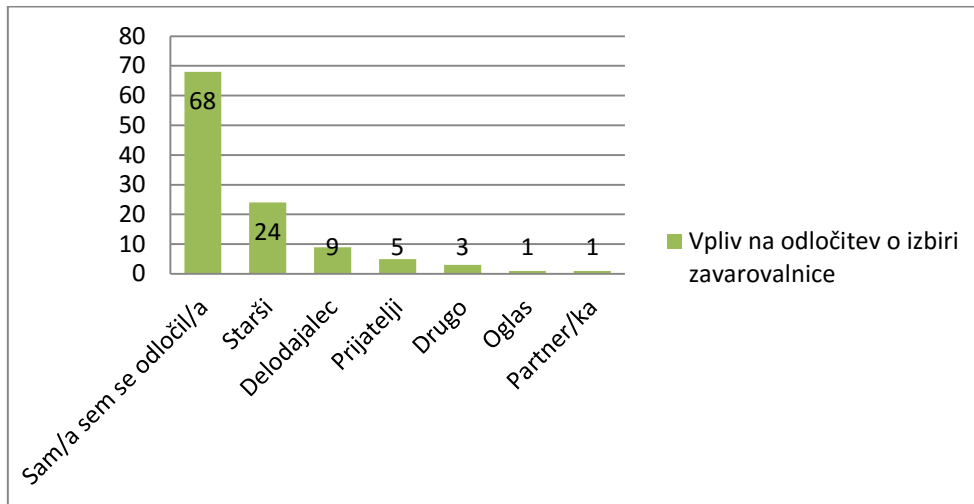
Slika 6: Iskanje informacij o posameznih ponudnikih dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja (N=45)



Iz odgovorov sodeč je mogoče sklepati, da so anketiranci v skoraj vseh primerih iskali informacije na spletni strani samega ponudnika. V tem primeru velja izpostaviti, da so urejene in pregledne spletne strani lahko ključnega pomena pri odločitvi posameznika za sklenitev dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja pri določenem ponudniku.

Q12 – Kdo je vplival na odločitev o izbiri zavarovalnice? 90 anketirancev, ki imajo že sklenjeno dopolnilno zdravstveno zavarovanje je pri tem vprašanju izbiralo različne ponujene odgovore glede na dejstvo, kdo je vplival na njihovo odločitev o izbiri zavarovalnice. Vprašanje je bilo tako postavljeno, da je bilo možnih več odgovorov. Anketiranci so največkrat odgovorili, da so se sami odločili za zavarovalnico (68 anketirancev). Velik vpliv so imeli tudi starši (24 anketirancev). Preostali možni odgovori pa niso imeli velik vpliv na odločitev anketirancev. Pod možnostjo Drugo, prosim navedite kaj: so anketiranci navedli še vplive kot so znamka, agent ter razne ugodnosti in popusti v trgovinah. Slika 7 prikazuje različne vplive na odločitev o izbiri zavarovalnice.

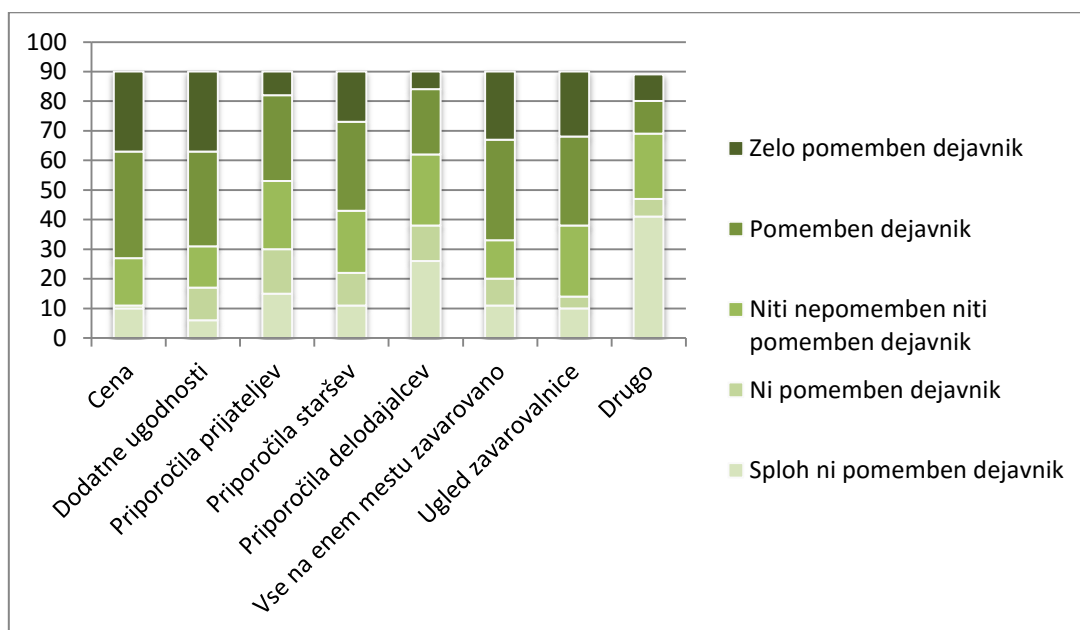
Slika 7: Vpliv na odločitev o izbiri zavarovalnice (N=90)



Q13 – Po pomembnosti razvrstite dejavnike, ki so vplivali na Vašo izbiro zavarovalnice

90 anketirancev je posamezne dejavnike, ki so vplivali na izbiro zavarovalnice, ocenjevalo na petstopenjski lestvici, kjer 1 pomeni, da sploh ni pomemben dejavnik, 5 pa pomeni, da je zelo pomemben dejavnik. Pri anketirancih, ki že imajo dopolnilno zdravstveno zavarovanje so kot dejavnik za izbiro zavarovalnice imeli največji vpliv naslednji faktorji: cena, dodatne ugodnosti, vse zavarovano na enem mestu in ugled zavarovalnice. Kot dodatno možnost so vprašani imeli tudi dejavnik Drugo, kjer so sami lahko navedli še kakšen dodaten dejavnik. Navedli so še prijaznost zastopnika, kakovost, dostopnost in popuste. Slika 8 prestavlja dejavnike po pomembnosti.

Slika 8: Dejavniki vpliva na odločitev o izbiri zavarovalnice (N=90)



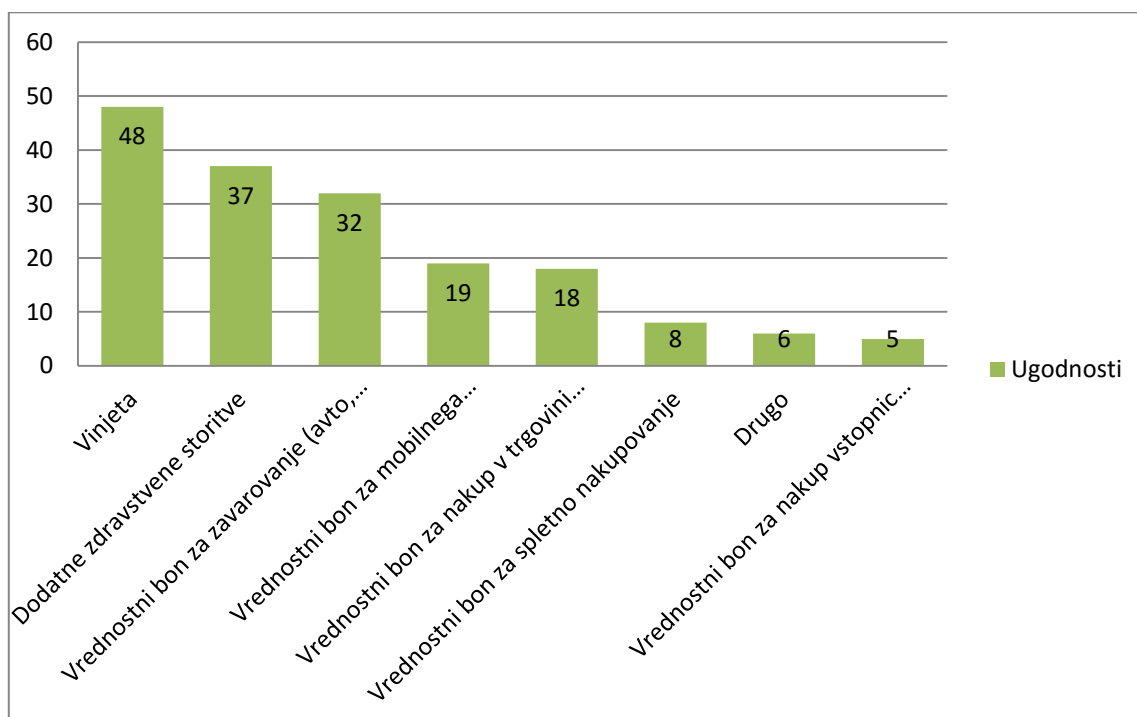
Q14 – Ste kdaj že imeli kakšne težave z izbrano zavarovalnico? Od skupno 90 anketirancev je 87 anketirancev dejalo, da še niso imeli težav z izbrano zavarovalnico. Trije anketiranci so pa dejali, da so imeli težave z zastopniki, ki so podali nepopolne informacije o zavarovanju ter da so na zavarovalnici pozabili podaljšati status.

Q15 – Ste kdaj že zamenjali zavarovalnico? 77 anketirancev od skupno 90 anketirancev je dejalo, da še niso zamenjali zavarovalnice. 13 jih je dejalo, da so zavarovalnico zamenjali zaradi naslednjih razlogov: ugodnejša ponudba pri konkurenci, boljša paketna ponudba pri konkurenci, nižja cena pri konkurenci in zaradi napake pri odtegljajih za mesečno premijo.

Q16 – Ste kdaj razmišljali o zamenjavi ponudnika dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja (zavarovalnice)? 81 od skupno 90 anketirancev je odgovorilo, da niso razmišljali o zamenjavi zavarovalnice. 9 anketirancev je dejalo, da bi razmislili o zamenjavi zavarovalnice, če bi konkurenčna zavarovalnica ponudila dodatne in boljše ugodnosti ali boljše ceno premije.

Q17 – Katere ugodnosti bi Vas pritegnile, da bi razmislili o zamenjavi ponudnika dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja (zavarovalnico)? 90 anketirancev, ki že imajo sklenjeno dopolnilno zdravstveno zavarovanje je pri tem vprašanju izbiralo različne ponujene odgovore glede na to, katera ponujena dodatna ugodnost bi vplivala na njihovo razmišljanje o zamenjavi ponudnika dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja. Vprašanje je bilo tako postavljeno, da je bilo možnih več odgovorov.

Slika 9: Vpliv ponujenih dodatnih ugodnosti (N=90)



Kot ugodnost, ki bi vplivala na to, da bi razmislili o zamenjavi ponudnika so anketiranci (48 vprašanih) največkrat izbrali vinjeto. Sledi ugodnost dodatnih zdravstvenih storitev, ki jih omogoča zavarovalnica in vrednostni bon za zavarovanje (avto, hiša itd.). Ponujene možnosti so bile še: vrednostni bon za nakup v trgovini Mercator/Spar, vrednostni bon za spletno nakupovanje, vrednostni bon za mobilnega operaterja/nakup telefona in vrednostni bon za nakup vstopnic preko eventim.si. Anketiranci so imeli kot dodatno možnost še Drugo, kjer so lahko sami napisali dodatne ugodnosti oziroma želje. 6 vprašanih je kot dodatno ugodnost navedlo nižjo ceno, skupni bonus na zavarovanje ter nakup turističnega potovanja oziroma popust pri nakupu potovanja.

Q18 – Kje bi želeli skleniti dopolnilno zdravstveno zavarovanje? Vprašanje je bilo ponujeno anketirancem, ki so pri vprašanju Q4 odgovorili, da niso dopolnilno zdravstveno zavarovani. Skupno 37 anketirancev ni dopolnilno zdravstveno zavarovanih. 17 vprašanih je odgovorilo, da bi želeli skleniti zavarovanje pri zavarovalnici oziroma preko zastopnika. 17 sodelujočih je odgovorilo, da bi želeli skleniti dopolnilno zdravstveno zavarovanje preko interneta, trije anketiranci pa so dejali, da bi želeli skleniti zavarovanje pri delodajalcu ob zaposlitvi.

Q19 – Kako bi želeli skleniti dopolnilno zdravstveno zavarovanje? 36 od skupno 37 anketirancev, ki nimajo še sklenjenega dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja je odgovorilo, da bi želeli sami skleniti zavarovanje. En anketiranec je dejal, da bi želel, da bi starši sklenili zavarovanje v njegovem imenu.

Q20 – Kdaj mislite, da je potrebno skleniti dopolnilno zdravstveno zavarovanje?

37 sodelujočih v anketi je pri tem vprašanju izbiralo različne ponujene odgovore glede časovnega okvirja sklenitve dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja. Vprašanje je ponujalo več možnih odgovorov. Anketiranci so največkrat izbrali odgovor, da je potrebno skleniti zavarovanje ob zaključku formalnega izobraževanja (30 vprašanih) in ob prekinitvi formalnega izobraževanja oziroma »ob pavziranju« (20 anketirancev). Sodelujoči v anketi so izbrali tudi možnost sklenitve zavarovanja ob dopolnitvi 26. leta starosti (13 anketirancev) in ob sklenitvi delovnega razmerja (8 anketirancev). Dva anketiranca sta izbrala tudi možnost Drugo in napisala, da nikoli ni potrebno skleniti dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja, saj le – to ni obvezno.

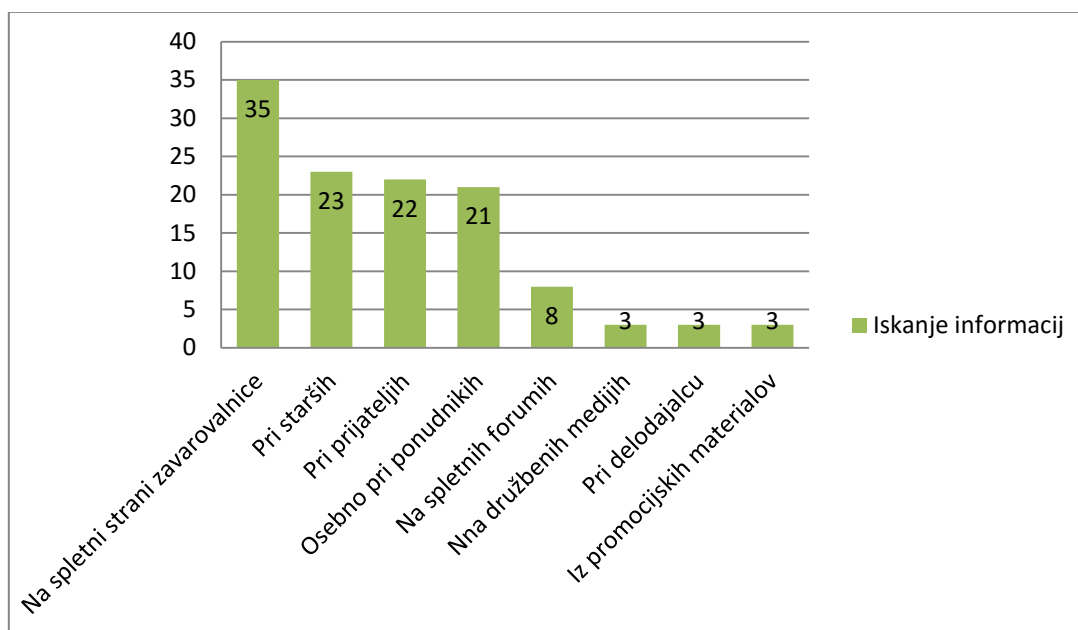
Q21 – Bi se pred sklenitvijo dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja pozanimali o različnih ponudnikih (zavarovalnicah)? 35 sodelujočih v anketi je dejalo, da bi se pozanimali o različnih ponudnikih predvsem z vidika ugodnosti, poudarili so predvsem cenovne ugodnosti. Dva anketiranca pa sta dejala, da se ne bi pozanimala, ker že imajo izbrano zavarovalnico in ker cenovno gledano ni velike razlike med ponudniki.

Q22 – Zakaj bi se ne pozanimali o različnih ponudnikih? Na to vprašanje sta odgovarjala samo dva anketiranca, ki sta v prejšnjem vprašanju navedla, da se nebi pozanimala o

ponudnikih. Vprašana se ne bi pozanimala, ker so vse cene (premije) približno enake pri vseh treh ponudnikih dopolnilnih zdravstvenih zavarovanj.

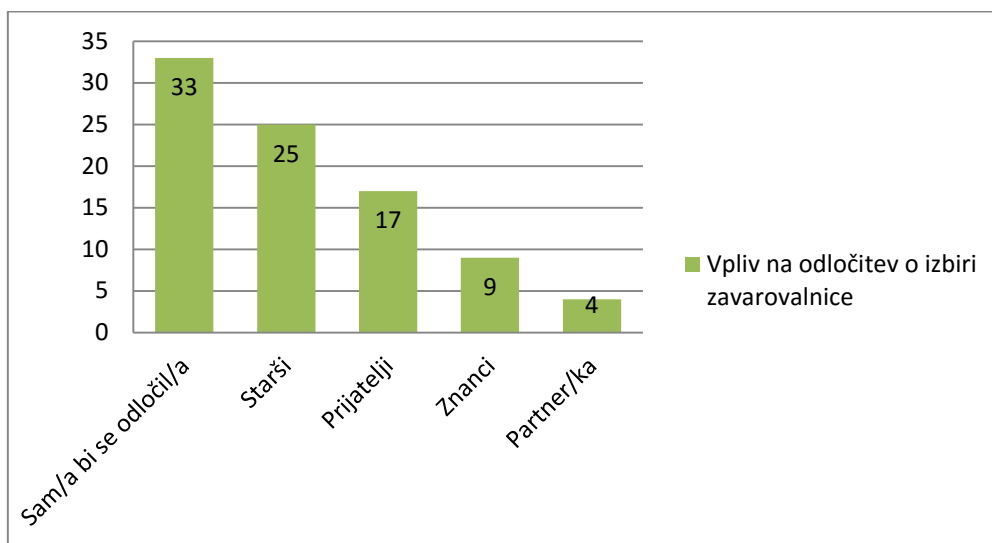
Q23 – Kje bi se pred sklenitvijo zavarovanja pozanimali o različnih ponudnikih? Na omenjeno vprašanje je odgovarjalo 35 anketirancev, ki so v vprašanju Q21 dejali, da bi se pozanimali o ponudnikih zavarovanj pred sklenitvijo dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja. Vprašanje je bilo tako postavljeno, da je bilo možnih več odgovorov. 35 anketirancev je dejalo, da bi informacije iskali na spletni strani zavarovalnice. Poleg tega bi informacije iskali tudi osebno pri ponudnikih dopolnilnih zdravstvenih zavarovanj (21 anketirancev), pri starših (23 anketirancev) in pri prijateljih (22 anketirancev). Slika 10 podrobno prikazuje kje vse bi anketiranci iskali informacije o ponudnikih dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja.

Slika 10: Iskanje informacij o posameznih ponudnikih dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja (N=35)



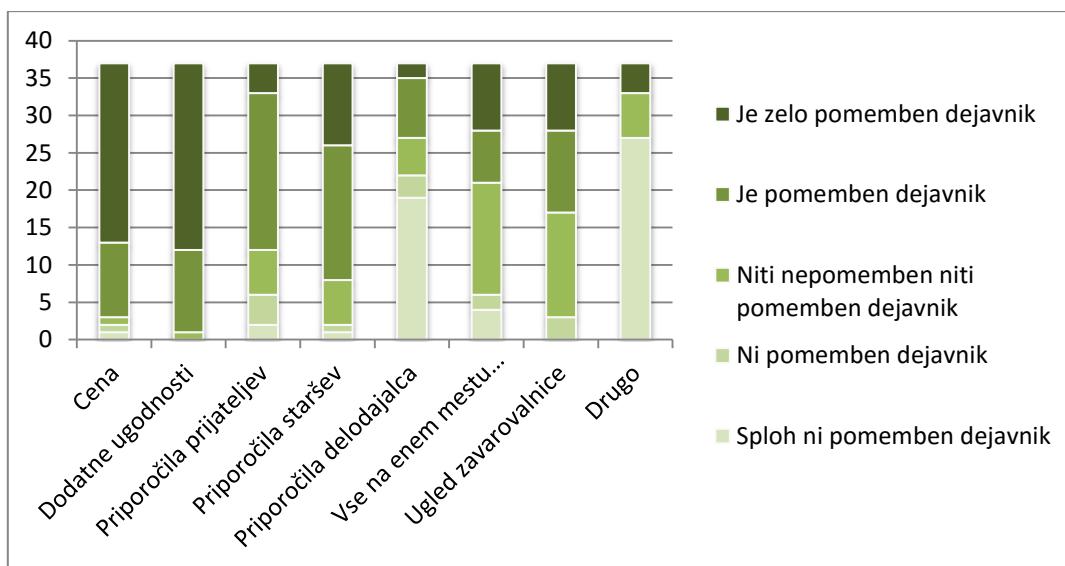
Q24 – Kdo bi lahko vplival na Vašo odločitev o sklenitvi dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja pri določeni zavarovalnici? 35 anketirancev kateri še niso sklenili dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja je pri tem vprašanju izbiralo različne ponujene odgovore glede na to kdo vse bi lahko vplival na njihovo odločitev o izbiri zavarovalnice. Vprašanje je ponujalo več možnih odgovorov. Vprašani so največkrat odgovorili, da bi se sami odločili za zavarovalnico (33 anketirancev). Velik vpliv bi imeli tudi starši (25 anketirancev) in prijatelji (17 anketirancev). Slika 11 prikazuje različne vplive na odločitev o izbiri zavarovalnice.

Slika 11: Vpliv na odločitev o izbiri zavarovalnice (N=35)



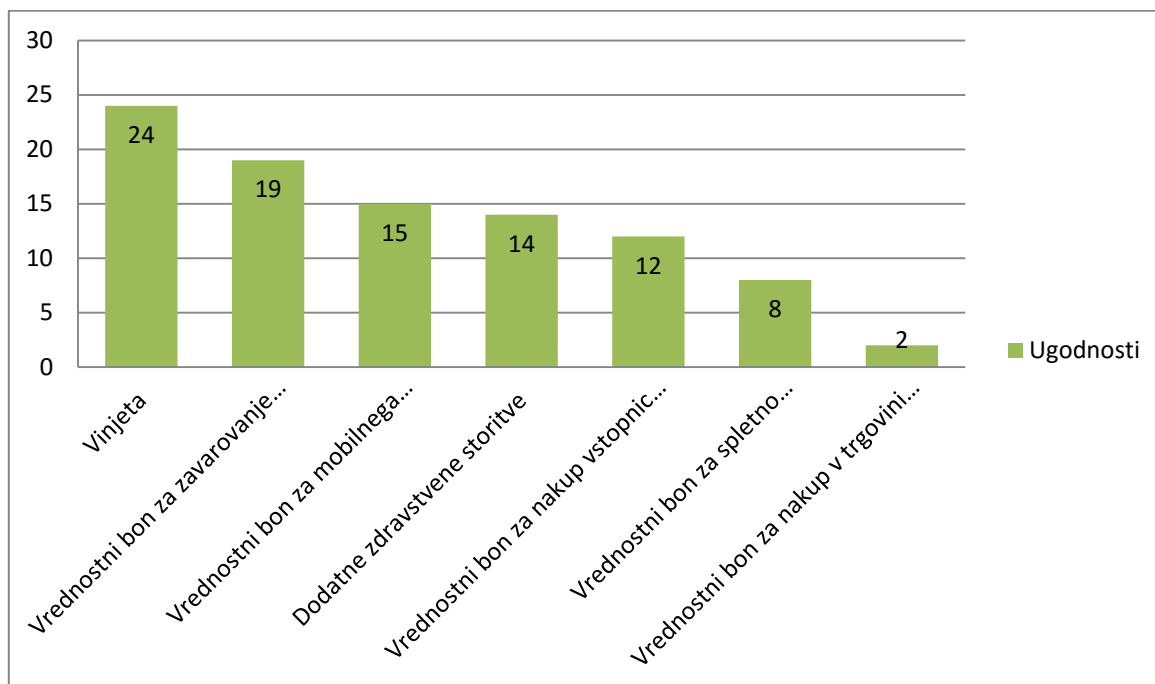
Q25 – Po pomembnosti razvrstite dejavnike, ki bi vplivali na Vašo izbiro zavarovalnice
 37 sodelujočih v anketi je posamezne dejavnike, ki bi vplivali na izbiro zavarovalnice, ocenjevalo na petstopenjski lestvici, kjer 1 pomeni, da sploh ni pomemben dejavnik, 5 pa pomeni, da je zelo pomemben dejavnik. Pri anketirancih, ki še nimajo sklenjenega dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja bi imele cena, dodatne ugodnosti in priporočila staršev največji vpliv kot dejavnik za izbiro zavarovalnice. Kot dodatno možnost so anketiranci imeli tudi dejavnik Drugo, kjer so lahko sami še izpostavili kakšen dodaten dejavnik. Navedli so še odnos oseba v zavarovalnici ter bližino poslovalnice.

Slika 12: Dejavniki vpliva na odločitev o izbiri zavarovalnice (N=37)



Q26 – Katere ugodnosti bi Vas pritegnile, da bi razmislili o sklenitvi dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja pri posamezni zavarovalnici? 37 anketiranih, ki še ni sklenilo dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja je pri tem vprašanju izbiralo različne ponujene odgovore glede na to, katera ponujena dodatna ugodnost bi vplivala na njihovo razmišljanje o sklenitvi zavarovanja s posameznim ponudnikom dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja. Vprašanje je ponujalo več možnih odgovorov.

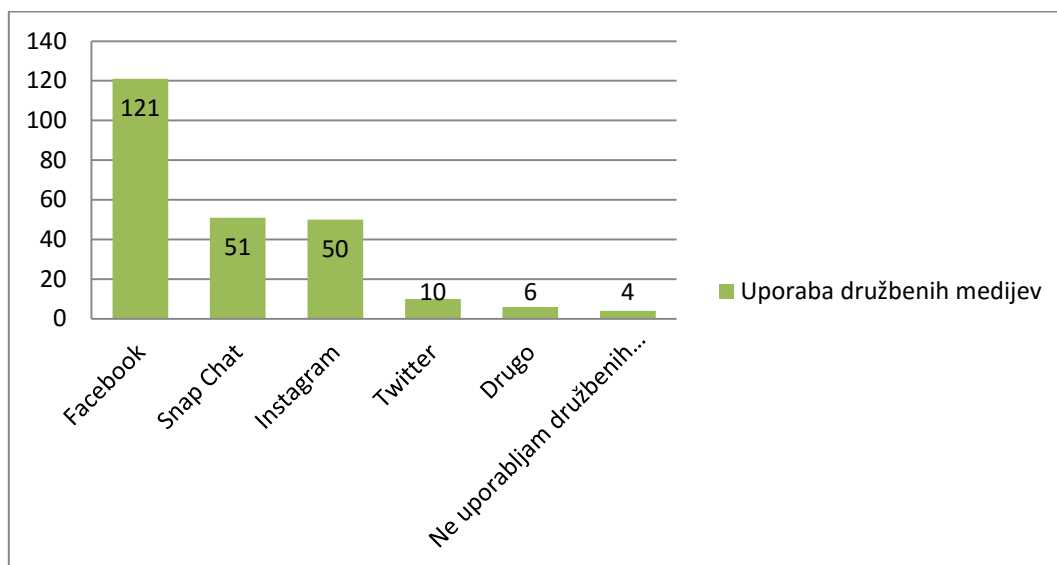
Slika 13: Vpliv ponujenih dodatnih ugodnosti (N=37)



Anketiranci so največkrat izbrali vinjeto kot ugodnost, ki bi vplivala na to, da bi razmislili o sklenitvi dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja s posameznim ponudnikom (24 anketirancev). Sledi vrednostni bon za zavarovanje (avto, hiša itd.), vrednostni bon za mobilnega operaterja/nakup telefona ter dodatne zdravstvene storitve, ki jih omogoča zavarovalnica. Ponujene možnosti so bile še: vrednostni bon za nakup v trgovini Mercator/Spar, vrednostni bon za spletno nakupovanje in vrednostni bon za nakup vstopnic prek eventim.si. Anketiranci so imeli kot dodatno možnost še Drugo, kjer so lahko sami napisali dodatne ugodnosti vendar noben anketiranec ni navedel drugih dodatnih ugodnosti.

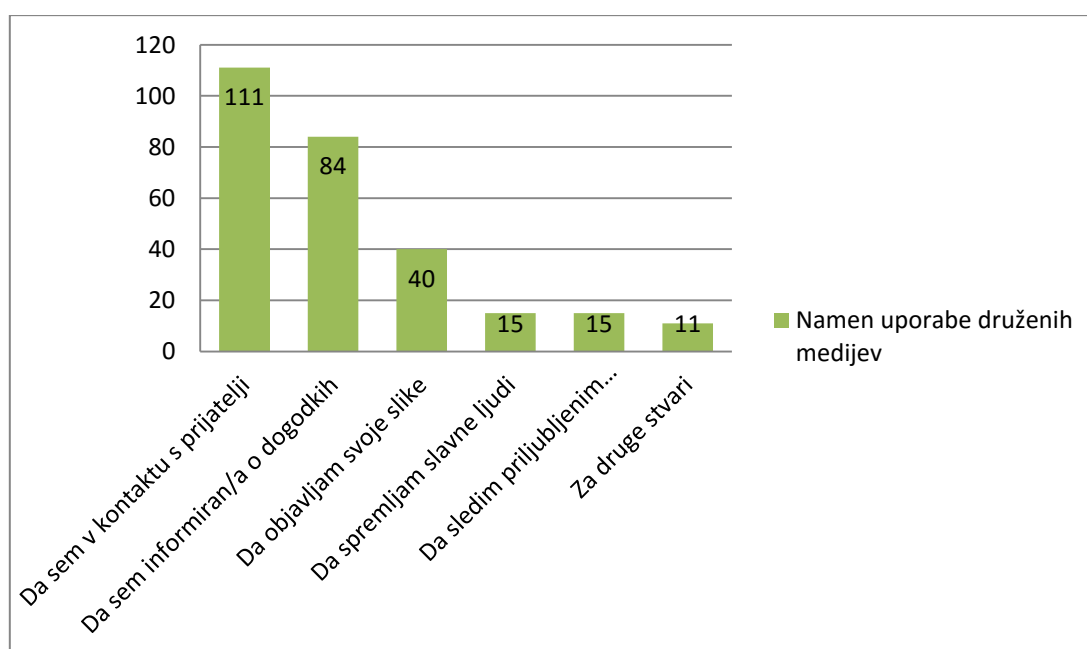
Q27 – Katere družbene medije uporabljate? Na navedeno vprašanje ponovno odgovarjajo vsi sodelujoči v anketi. 121 anketirancev od skupno 127 vprašanih je dejalo, da uporabljajo družbeni medij Facebook. Snap Chat uporablja 51 anketirancev, Instagram uporablja 50 anketirancev. Twitter uporablja 10 oseb sodelujočih v anketi. 6 anketirancev je dejalo pod možnostjo Drugo, da uporabljajo tudi družbeni medij LinkedIn, YouTube, Reddit in Pinterest. 4 osebe ne uporabljajo družbenih medijev. Slika 14 predstavlja uporabo družbenih medijev.

Slika 14: Uporaba družbenih medijev (N=127)



Q28 – Zakaj uporabljate družbene medije? Na to vprašanje je odgovorilo 123 anketirancev, ki so v prejšnjem vprašanju odgovorili, da uporabljajo družbene medije. Vprašanje je bilo tako postavljeno tako, da je bilo možnih več odgovorov. Večina anketirancev je odgovorilo, da uporabljajo družbene medije z namenom biti v kontaktu s prijatelji (111 anketirancev) in da so informirani o dogodkih (84 anketirancev). Anketiranci so navedli tudi uporabo družbenih medijev za objavljanje svojih slik, za spremljanje slavnih ljudi in za sledenje priljubljenim blagovnim znamkam. Pod možnostjo Druge stvari je 11 anketirancev navedlo, da uporabljajo družbene medije za kratkočasenje, spremljanje novic in promocijo.

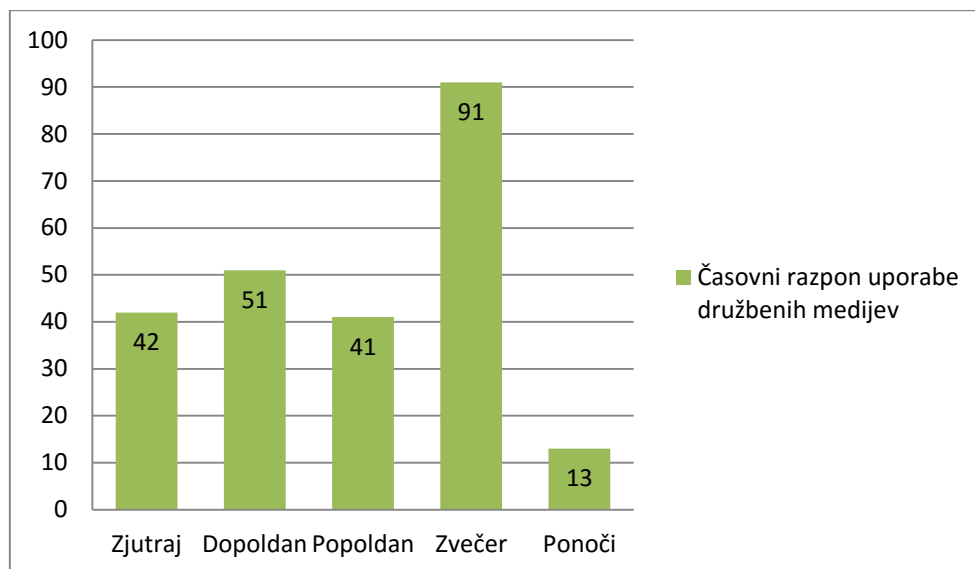
Slika 15: Namen uporabe družbenih medijev (N=123)



Q29 – Koliko časa dnevno približno uporabljate družbene medije? (Na običajen delavnik, brez praznikov in počitnic) Na anketno vprašanje je odgovorilo vseh 123 anketirancev, ki uporabljajo družbene medije. Največ jih je dejalo, da uporabljajo družbene medije največ eno uro na dan (48 anketirancev). Najmanj anketirancev pa je dejalo, da uporabljajo družbene medije več kot štiri ure na dan (2 vprašana). Največ dve uri na dan uporablja družbene medije 28 anketirancev, tri ure na dan jih uporablja 31 anketirancev. Največ štiri ure na dan pa jih uporablja 14 sodelujočih v anketi.

Q30 – V katerem časovnem razponu dneva največ uporabljate izbrani družbeni medij? (Na običajen delavnik, brez praznikov in počitnic) Na to vprašanje je odgovorilo 123 anketirancev, ki uporabljajo družbene medije. Vprašanje je ponujalo več možnih odgovorov. Največ anketirancev sodelujočih v anketi uporablja družbene medije zvečer (91 anketirancev) in dopoldan (51 anketirancev). Slika 16 predstavlja časovni razpon uporabe družbenih medijev.

Slika 16: Časovni razpon uporabe družbenih medijev (N=123)



Q31 – Katere medije še uporabljate? Na to vprašanje je odgovorilo vseh 127 anketirancev. Vprašanje je bilo tako postavljeno, da je bilo možnih več odgovorov. Največ oseb (103 anketirancev) je odgovorilo, da uporabljajo televizijo. Radio uporablja 64 anketirancev, dnevne časopise pa prebira 34 oseb. Revije (moda, motociklizem, avtomobilizem, kuharstvo itd.) prebira 22 anketirancev. Pod možnostjo Drugo je 10 vprašanih navedlo, da sledijo tudi objavljenim spletnim novicam na internetu.

Q32 – Kje običajno iščete informacije o storitvah, ki Vas zanimajo? 127 anketirancev je odgovarjalo na vprašanje, ki je bilo tako zastavljeno, da je posamezni sodelujoči lahko izbral več odgovorov. Vseh 127 anketirancev je izbralo možnost iskanja informacij preko interneta.

39 anketirancev išče informacije o storitvah pri znancih in 4 osebe iščejo informacije v dnevnem časopisju in revijah. Pod možnostjo drugo sta 2 anketiranca navedla, da informacije iščeta na sedežu podjetja, ki ponuja določeno storitev.

Q33 – Si kdaj preberete vsebino uradne spletne strani ponudnika, katerih storitev Vas zanima?

63 anketirancev od skupno 127 je na vprašanje odgovorilo pritrdilno, torej da si vedno ogledajo vsebino uradne spletne strani ponudnika. 58 vprašanih je dejalo, da si spletno stran ogleda občasno, 7 anketirancev pa je dejalo, da si nikoli ne ogleda uradne spletne strani ponudnika, katerih storitev jih zanima.

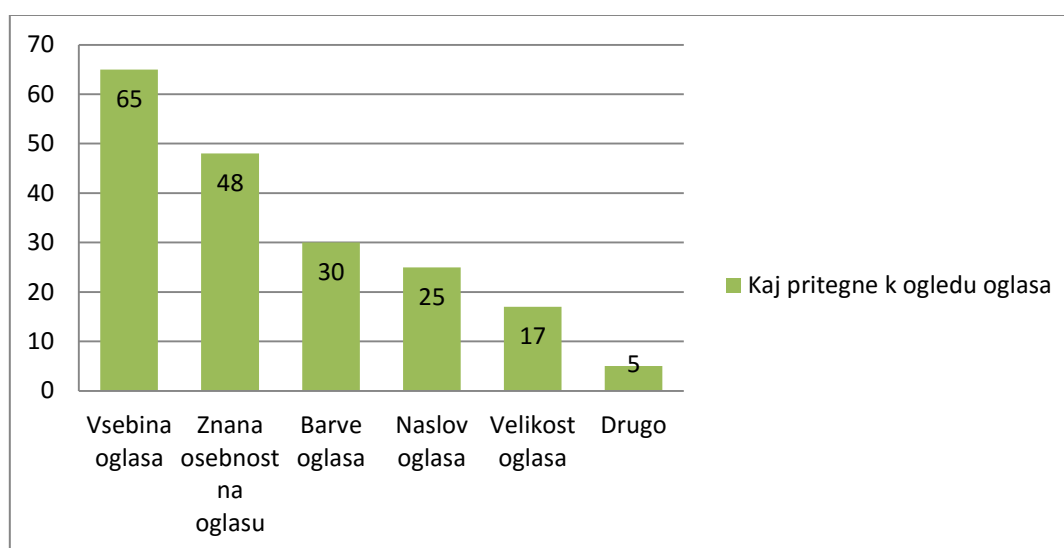
Q34 – Kdaj zaznate oglasna sporočila pri uporabi interneta?

Vprašanje je bilo tako zastavljeno, da je posamezni anketiranec lahko odgovoril na več možnih odgovorov. 94 sodelujočih od skupno 127 anketirancev je dejalo, da zaznajo oglas, ko so prisiljeni oglasno sporočilo izklopiti. 59 jih je dejalo, da zazna oglas, ko se prikaže veliko okno. Ko oglas utripa na ekranu ga zazna 49 anketirancev. Ko se oglas pokaže med besedilom ga pa opazi 31 anketirancev. 34 sodelujočih v anketi je dejalo, da oglas zaznajo, ko se le – ta večkrat zapored prikaže. 11 jih je pod možnostjo Drugo navedlo, da imajo vključeno blokado oglasov in jih tako ne vidijo na računalniku oziroma telefonu med uporabo interneta.

Q35 – Kaj Vas navadno najbolj pritegne k ogledu oglasa določene storitve?

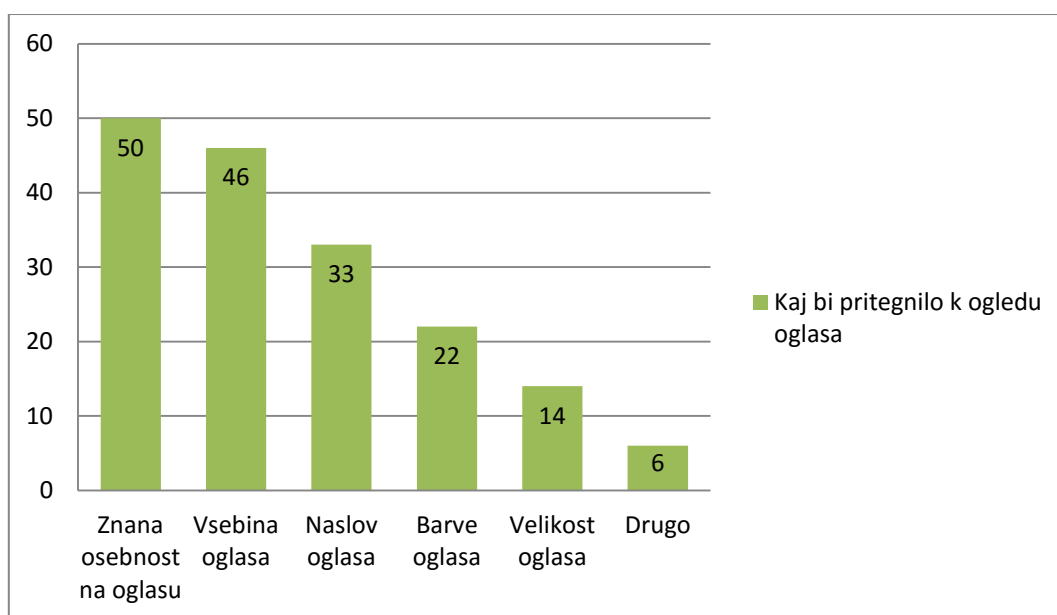
127 anketirancev je imelo pri tem vprašanju možnost izbire več različnih odgovorov. Večina jih je dejala, da jih pritegne k ogledu oglasa vsebina le – tega, znana osebnost na oglasu in barve oglasa. Pod možnostjo Drugo so posamezni anketiranci dejali, da jih k ogledu oglasa pritegne tudi zvok ter glasba uporabljena v oglasu. Slika 17 prikazuje kaj navadno najbolj pritegne anketirance k ogledu oglasa.

Slika 17: Kaj pritegne k ogledu oglasa (N=127)



Q36 – Kaj bi Vas najbolj pritegnilo k ogledu oglasa o dopolnilnem zdravstvenem zavarovanju? 127 anketirancev je imelo pri tem vprašanju možnost izbire več različnih odgovorov. Večina sodelujočih v anketi je dejala, da bi jih k ogledu oglasa o dopolnilnem zdravstvenem zavarovanju pritegnila znana osebnost v oglasu in vsebina le – tega. Pod možnostjo Drugo so posamezni anketiranci ponovno dejali, da bi jih k ogledu objave pritegnil zvok ter glasba uporabljena v oglasu. Nekaj vprašanih pa je navedlo, da jih nič nebi pritegnilo k ogledu oglasa o dopolnilnem zdravstvenem zavarovanju. Slika 18 prikazuje kaj bi anketirance pritegnilo k ogledu oglasa o dopolnilnem zdravstvenem zavarovanju.

Slika 18: Kaj bi pritegnilo k ogledu oglasa (N=127)



Q37 – Ali se Vam zdi smiselno imeti vse zavarovano pri eni zavarovalnici? Na zadnje vprašanje v anketnem vprašalniku je odgovorilo vseh 127 anketiranih. 30 sodelujočih je odgovorilo z negativnim odgovorom, 97 vprašanih je odgovorilo s pozitivnim odgovorom. Kot razlog odločitve, da ne bi želeli imeti vsa zavarovanja urejena pri eni zavarovalnici so anketiranci podali različne odgovore. Najbolj pogost odgovor je bil, da naj bi bilo cenovno bolj ugodno, če se posamezne zadeve zavaruje pri različnih zavarovalnicah saj se s tem razprši tudi tveganje. Nekaj jih je navedlo kot razlog tudi neodvisnost od zavarovalnice. Pri vzroku zaradi katerega bi imeli vse zavarovano pri eni zavarovalnici so anketiranci ponovno navedli različne odgovore. Kot pglavitni razlog so navedli dodatne ugodnosti ob sklenitvi zavarovanja kot so nižja cena, manj skrbi, manj birokratskih problemov in lažje urejanje, paketi zvestobe in tudi prihranjen čas.

4.5.4 Priporočila za nadaljnje raziskovanje

Zbrani podatki s pomočjo anketnega vprašalnika so nakazali temeljne dejavnike izbire zdravstvenega zavarovanja med mladimi in kaj vpliva na njihovo izbiro. Pridobljeni odgovori so lahko temelj nadaljnjim raziskavam na področju dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja v Sloveniji in raziskavam glede vpliva točno določenih dejavnikov na izbiro zavarovanja med mladimi in med prebivalci Slovenije nasploh.

4.6 Preizkušanje hipotez

Na podlagi teoretičnih spoznanj in pogovora s predstavniki podjetja Triglav, Zdravstvena zavarovalnica d.d. sem oblikovala temeljna raziskovalna vprašanja katerih smiselnost in veljavo sem nato preverila s pomočjo kvalitativne metode raziskovanja (poglobljeni intervju) in kvantitativne metode raziskovanja (spletna anketa). Posledično sem oblikovala trinajst temeljnih hipotez (H1-H13), preverjenih, v nadaljevanju, s pomočjo poglobljenih intervjujev in anketnega vprašalnika. H1 in H2 sem preverila s pomočjo poglobljenih intervjujev. H3, H4, H5, H6, H7, H8, H9, H10, H11, H12 in H13 sem pa preverila s pomočjo anketnega vprašalnika in analizo podatkov v programu SPSS in Excel.

H1: Mladi ne poznajo razlike med dopolnilnim in dodatnim zdravstvenim zavarovanjem

Hipotezo sem oblikovala po posvetu s predstavniki podjetja Triglav, Zdravstvena zavarovalnica d.d. Med svojim vsakodnevnim delom so namreč opazili, da veliko ljudi predvsem pa mladih, ne ločijo razlike med dopolnilnim zdravstvenim zavarovanjem in dodatnim zdravstvenim zavarovanjem. Pet izmed osmih mladih oseb, s katerimi sem opravila intervju ni poznalo razlike oziroma so bili mnenja, da dopolnilno in dodatno zdravstveno zavarovanje ponuja enako zdravstveno zavarovanje. Po temeljiti razlagi vsebine dopolnilnega in dodatnega zdravstvenega zavarovanja je večina oseb dejala, da bi bilo dobro se pozanimati in seznaniti z elementi posameznih zavarovanj z namenom se izogniti nepotrebnim nespornostim. Med intervjujem so tudi sami povedali, da po njihovem mnenju mladi niso dovolj seznanjeni o razliki med dopolnilnim in dodatnim zdravstvenim zavarovanjem v Sloveniji. Bili so mnenja, da je potrebno razliko bolj razložiti oziroma približati zavarovancem z različnimi trženjskimi pristopi. Izpostavila bi dejstvo, da dve osebi izmed omenjenih petih oseb še študira in še nista dopolnili 26. leto starosti. Posledično še nista bili pred odločitvijo o morebitni sklenitvi dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja. Na podlagi pridobljenih informacij sklepam, da mladi ne poznajo razlike med dopolnilnim in dodatnim zdravstvenim zavarovanjem.

H2: Pri odločitvi o izbiri zavarovalnice za sklenitev dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja na mlade najbolj vplivajo priporočila staršev

Hipotezo sem ravno tako oblikovala po pogovoru s predstavnikom podjetja Triglav, Zdravstvene zavarovalnice d.d. Predstavniki zavarovalnice je namreč izpostavil dejstvo, da vsakega novega zavarovanca ob sklenitvi dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja povprašajo

kje je pridobil informacije o Triglav, Zdravstveni zavarovalnici d.d. in kdo je vplival na njihovo odločitev. Večina mladih jim je odgovorila, da so informacije pridobili pri starših. Predstavniki iz zavarovalnice je bil mnenja, da glede izbire zavarovalnice za sklenitev dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja na mlade najbolj vplivajo priporočila staršev. O vplivu različnih dejavnikov sem v intervjuju vpraševala sedem od osmih oseb. Vseh sedem jih je izpostavilo ceno, kot najbolj pomemben dejavnik izbire. Vseh sedem oseb ve, da je razlika v ceni premije med zavarovalnicami zelo majhna, vendar so dejali, da je kljub temu nižja cena pomemben dejavnik. Poleg cene so trije navedli še tri dodatne dejavnike izbire: dobri pogoji sklenitve, ugled zavarovalnice ter vsa zavarovanja urejena na enem mestu oziroma pri isti zavarovalnici. Na podlagi pridobljenih odgovorov sklepam, da pri izbiri zavarovalnice za sklenitev zavarovanja na mlade ne vplivajo odločilno samo priporočila staršev ampak tudi cena ter drugi dejavniki kot so pogoji sklenitve zavarovanja, ugled zavarovalnice in možnost, da so vsa zavarovanja urejena na enem mestu pri eni zavarovalnici.

H3: Dosežena stopnja izobrazbe vpliva na intenzivnost iskanja informacij o dopolnilnem zdravstvenem zavarovanju

Hipotezo sem oblikovala na podlagi pridobljenih informacijah s pomočjo poglobljenih intervjujev. Na podlagi pridobljenih odgovorov sem opazila, da mladi z nižjo stopnjo izobrazbe ne iščejo aktivno oziroma niso iskali aktivno informacij o dopolnilnem zdravstvenem zavarovanju. Mladi so omenili, da so se odločili na podlagi priporočil znancev oziroma so se odločili za sklenitev dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja pri isti zavarovalnici kot starši, brez iskanja dodatnih informacij o izbrani zavarovalnici. S pomočjo anketnega vprašalnika sem želela ugotoviti ali obstaja povezava med doseženo stopnjo izobrazbe in intenzivnostjo iskanja informacij o dopolnilnem zdravstvenem zavarovanju. Povezavo med njima sem ugotovila s pomočjo hi-kvadrat preizkusa z namenom ugotovitve asociacije med omenjenima spremenljivkama. Izračun se nahaja v Prilogi 5 in je prikazan v Tabeli 3. Na podlagi opravljenega hi-kvadrat preizkusa sem ugotovila, da ni statistično značilne povezave med doseženo stopnjo izobrazbe in intenzivnostjo iskanja informacij o dopolnilnem zdravstvenem zavarovanju med mladimi. Ničelne domneve, da dosežena stopnja izobrazbe ne vpliva na intenzivnost iskanja informacij o dopolnilnem zdravstvenim zavarovanjem, ne morem zavrniti.

H4: Več dodatnih ugodnosti ob sklenitvi zavarovanja pozitivno vpliva na aktivnost mladih pri iskanju informacij o dopolnilnem zdravstvenem zavarovanju

Hipotezo sem oblikovala po opravljenih poglobljenih intervjujih s ciljno skupino mladih. Na podlagi pridobljenih odgovorov sem ugotovila, da lahko dodatne ugodnosti ob sklenitvi zavarovanj vplivajo na mlade in da so dodatne ugodnosti zaželeno s strani mladih. S pomočjo anketnega vprašalnika sem nato preverila omenjeno hipotezo in prišla do naslednjih ugotovitev. 59 anketirancev od skupno 90 sodelujočih v anketi, ki imajo sklenjeno dopolnilno zdravstveno zavarovanje je dejalo, da so dodatne ugodnosti pomembno vplivale oziroma zelo pomembno vplivale na njihovo odločitev o sklenitvi dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja pri določeni zavarovalnici. 14 anketirancev je dejalo, da dodatne ugodnosti niso bile niti

nepomemben niti pomemben dejavnik pri njihovi izbiri. 17 anketiranih je izbralo možnost, da dodatne ugodnosti niso pomembno vplivale oziroma sploh niso pomembno vplivale na njihovo odločitev o sklenitvi dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja. 25 od skupno 37 sodelujočih v anketi, ki še nimajo sklenjenega dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja je dejalo, da bi dodatne ugodnosti zelo pomembno vplivale na njihovo odločitev o sklenitvi dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja pri določeni zavarovalnici. 11 anketirancev je dejalo, da bi dodatne ugodnosti pomembno vplivale na njihovo odločitev, en vprašan pa je dejal, da ponujene dodatne ugodnosti ne bi bile niti nepomemben niti pomemben dejavnik pri njegovi izbiri. Noben anketiranec, ki še ni dopolnilno zdravstveno zavarovan ni dejal, da dodatne ugodnosti ne bi pomembno vplivale oziroma sploh ne bi pomembno vplivale na odločitev o sklenitvi dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja.

Tabela 3: Pomembnost ponujenih dodatnih ugodnosti ob sklenitvi dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja pri mladih (N=127)

Dodatna ugodnost	Sploh ni pomemben dejavnik	Ni pomemben dejavnik	Niti nepomemben niti pomemben dejavnik	Pomemben dejavnik	Zelo pomemben dejavnik	Število anketirancev
So že sklenili zavarovanje	6	11	14	32	27	90
Niso še sklenili zavarovanja	0	0	1	11	25	37
Skupaj	6	11	15	43	52	127

Na podlagi pridobljenih podatkov sem preverila tudi katere ugodnosti bi bile za mlade najbolj zanimive in bi vplivale na njihovo odločitev o izbiri oziroma zamenjavi ponudnika dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja. Anketno vprašanje je bilo postavljeno tako, da je vsak anketiranec lahko izbral več možnih odgovorov v sklopu izbire različnih ugodnosti. 48 anketirancev od skupno 90 vprašanih, ki že imajo sklenjeno dopolnilno zdravstveno zavarovanje je v anketnem vprašalniku odgovorilo, da bi bila vinjeta, kot ponujena dodatna ugodnost ob spremembi ponudnika, razlog za razmislek o zamenjavi ponudnika. Dodatne zdravstvene storitve, ki jih omogoča zavarovalnica in vrednostni bon za zavarovanje so anketiranci v anketnem vprašalniku prav tako izbrali kot pomemben razlog za razmislek o zamenjavi ponudnika dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja. 24 anketirancev od skupno 37, ki nimajo še sklenjenega dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja se je ravno tako odločilo za vinjeto, kot ponujeno dodatno ugodnost, ki bi vplivala na izbiro ponudnika dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja. Vrednostni bon za zavarovanje, vrednostni bon za mobilnega operaterja/nakup telefona in dodatne zdravstvene storitve, ki jih omogoča zavarovalnica, so anketiranci, ki nimajo še sklenjenega dopolnilnega zdravstvenega

zavarovanja tudi izbrali kot pomembne dodatne ugodnosti, ki bi mlade zanimale in bi posledično razmislili o sklenitvi dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja z določenim ponudnikom.

Tabela 4: Vpliv ponujenih posameznih dodatnih ugodnosti na sklenitev dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja med mladimi (N=127)

Dodatna ugodnost	So že sklenili zavarovanje	Niso še sklenili zavarovanja	Skupaj
Vrednostni bon za zavarovanje (avto, hiša itd.)	32	19	51
Vrednostni bon za nakup v trgovini Mercator/Spar	18	2	20
Vrednostni bon za spletno nakupovanje	8	8	16
Vrednostni bon za mobilnega operaterja/nakup telefona	19	15	34
Vinjeta	48	24	72
Vrednostni bon za nakup vstopnic preko Eventim.si	5	12	17
Dodatne zdravstvene storitve, ki jih omogoča zavarovalnica	37	14	51
Drugo	6	0	6

Anketirani so kot ponujeno dodatno ugodnost k sklenitvi dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja največkrat izbrali vinjeto (72 odgovorov). Z enakim številom odgovorov nato sledita vrednostni bon za zavarovanje (avto, hiša itd.) in dodatne zdravstvene storitve, ki jih omogoča zavarovalnica (51 odgovorov). Na podlagi pridobljenih podatkov sem zato želela ugotoviti ali obstaja povezava med ponujenimi dodatnimi ugodnostmi ob sklenitvi s pogostostjo in aktivnostjo mladih pri iskanju informacij o dopolnilnem zdravstvenem zavarovanju. Povezavo med njima sem ugotovila s pomočjo hi-kvadrat preizkusa z namenom ugotovitve asociacije med omenjenima spremenljivkama. Naredila sem dva hi-kvadrat preizkusa, enega za anketirance, ki so že sklenili zavarovanje, drugega pa za anketirance, ki še niso sklenili dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja.

Na podlagi opravljenega hi-kvadrat preizkusa sem ugotovila, da ni statistično značilne povezave med dodatnimi ugodnostmi in aktivnostjo pri iskanju informacij pri mladih, ki so že sklenili dopolnilno zdravstveno zavarovanje. Izračun se nahaja v Prilogi 5 in je prikazan v Tabeli 6. Ničelne domneve, da dodatne ugodnosti ob sklenitvi zavarovanja enako vplivajo na

aktivnost mladih pri iskanju informacij o dopolnilnem zdravstvenem zavarovanju, ne morem zavrniti.

Na osnovi opravljenega hi-kvadrat preizkusa pa sem ugotovila tudi statistično značilno povezavo med dodatnimi ugodnostmi in aktivnostjo pri iskanju informacij pri mladih, ki še niso sklenili dopolnilno zdravstveno zavarovanje. Izračun se nahaja v Prilogi 5 in je prikazan v Tabeli 8. Na podlagi tega zato sklepam, da dodatne ugodnosti ob sklenitvi zavarovanja pozitivno vplivajo na aktivnost mladih pri iskanju informacij o dopolnilnem zdravstvenem zavarovanju. Sklep postavljam pri $\alpha = 0,001$.

H5: Mladi, ki bolj pogosto spremljajo družbene medije, so bolj aktivni pri iskanju informacij o dopolnilnem zdravstvenem zavarovanju prek spleta

Hipotezo sem oblikovala na podlagi pridobljenih informacijah s pomočjo poglobljenih intervjujev ter pogovora s predstavniki zavarovalnice. Med intervjuji so mladi sami izpostavili dejstvo, da vsakodnevno uporabljajo družbene medije. Vsi so dejali, da velikokrat iščejo informacije preko spleta in občasno tudi s pomočjo družbenih medijev pridejo do želenih informacij. Predstavniki zavarovalnice so dejali, da po njihovih izkušnjah mladi v vseh primerih vedno poiščejo posamezne informacije preko spleta. Na podlagi teh podatkov sem za želela ugotoviti, če obstaja povezava med pogostostjo uporabe družbenih medijev in aktivnem iskanju informacij prek spleta s pomočjo vprašanj v anketnem vprašalniku. Povezavo med njima sem ugotovila s pomočjo hi-kvadrat preizkusa z namenom ugotovitve asociacije med omenjenima spremenljivkama. Izračun se nahaja v Prilogi 5 in je prikazan v Tabeli 11. Na podlagi opravljenega hi-kvadrat preizkusa sem ugotovila statistično značilno povezavo med pogostostjo uporabe družbenih medijev in aktivnim iskanjem podatkov prek spleta. Lahko sklepam, da mladi, ki bolj pogosto spremljajo družbene medije so tudi bolj aktivni pri iskanju informacij o dopolnilnem zdravstvenem zavarovanju prek spleta. Sklep postavljam pri $\alpha = 0,002$.

H6: Znana osebnost v oglasu pozitivno vpliva na pripravljenost mladih pri iskanju informacij o dopolnilnem zdravstvenem zavarovanju

Hipotezo sem oblikovala na podlagi pridobljenih informacijah s pomočjo poglobljenih intervjujev in neformalnega pogovora s skupino mladih. Mladi so izpostavili, da večinoma nimajo radi oglasov in da jih oglasi tudi motijo. So pa tudi dejali, da si velikokrat pogledajo kakšen oglas, ker v njem nastopa znana osebnost in si oglas zapomnijo. Velikokrat tudi naštejejo oglase v katerih so videli določene znane osebnosti in so se posledično tudi pozanimali o storitvi, ki jo znana osebnost oglašuje. Po pridobljenih podatkih iz anketnega vprašanja imajo znane osebnosti v oglasih velik vpliv na to, da si mladi ogledajo oglas. Anketno vprašanje je bilo postavljeno tako, da je vsak anketiranec lahko izbral več možnih odgovorov v sklopu izbire različnih dejavnikov, ki vplivajo na ogled oglasa.

Tabela 5: Vpliv različnih dejavnikov na ogled oglasa (N=127)

Dejavniki	Kaj vas pritegne k ogledu oglasa	Kaj bi vas pritegnilo k ogledu oglasa	Skupaj
Vsebina oglasa	65	46	111
Naslov oglasa	25	33	58
Velikost oglasa	17	14	31
Barve oglasa	30	22	52
Znana osebnost na oglasu	48	50	98
Drugo	5	6	11

Na podlagi tega dejstva me je zanimala povezava med znano osebnostjo in pripravljenostjo mladih pri iskanju dodatnih informacij po ogledu oglasa. Povezavo sem ugotovila s pomočjo hi-kvadrat preizkusa z namenom ugotovitve asociacije med omenjenima spremenljivkama. Naredila sem dva hi-kvadrat preizkusa, enega za anketirance, ki so že sklenili zavarovanje, drugega pa za anketirance, ki še niso sklenili dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja.

Na podlagi opravljenega hi-kvadrat preizkusa sem ugotovila statistično značilno povezavo med znano osebnostjo v oglasu in pripravljenostjo mladih pri iskanju informacij o dopolnilnem zdravstvenem zavarovanju pri mladih, ki so se pred sklenitvijo pozanimali o zavarovanju. Izračun se nahaja v Prilogi 5 in je prikazan v Tabeli 14. Na podlagi tega lahko sklepam, da znana osebnost v oglasu pozitivno vpliva na mlade, ki so se že dopolnilno zavarovali in so iskali informacije o zavarovanju. Sklep postavljam pri $\alpha = 0,05$.

Na osnovi opravljenega hi-kvadrat preizkusa pa sem ugotovila tudi, da ni statistično značilne povezave med znano osebnostjo v oglasu in iskanjem informacij o dopolnilnem zdravstvenem zavarovanju med mladimi, ki še niso sklenili dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja. Izračun se nahaja v Prilogi 5 in je prikazan v Tabeli 18. Ničelne domneve, da znana osebnost v oglasu enako vpliva na pripravljenost mladih pri iskanju informacij o dopolnilnem zdravstvenem zavarovanju, ne morem zavrniti.

H7: Osebe, ki so že izbrale zavarovalnico, se z osebami, ki zavarovalnice še niso izbrale, v povprečju ne strinjajo v enaki meri o pomembnosti dejavnika cene pri izbiri

Hipotezo sem oblikovala na podlagi pridobljenih informacij poglobljenih intervjujev in neformalnega pogovora s skupino mladih. Mladi so izpostavili, da cena v veliki meri vpliva na njihovo odločitev o nakupu določene storitve. Anketno vprašanje je bilo postavljeno tako, da je vsak anketiranec označil stopnjo pomembnosti določenega dejavnika. Na podlagi teh podatkov sem želela ugotoviti razliko med skupinami, upoštevajoč dejstvo ali so vprašani že zavarovani oziroma še nimajo sklenjenega dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja. Razliko med skupinami sem ugotovila s pomočjo analize variance. Izračun se nahaja v Prilogi 5 in je prikazan v Tabeli 22. Na podlagi opravljene analize variance sem ugotovila, da ni statistično

značilne razlike med skupinami. Ničelne domneve, da osebe, ki so že izbrale zavarovalnico, se z osebami, ki zavarovalnice še niso izbrale, v povprečju v enaki meri strinjajo o pomembnosti dejavnika cene pri izbiri, ne morem zavrni.

H8: Osebe, ki so že izbrale zavarovalnico, se z osebami, ki zavarovalnice še niso izbrale, v povprečju ne strinjajo v enaki meri o pomembnosti dejavnika dodatnih ugodnosti pri izbiri

Hipotezo sem oblikovala na podlagi pridobljenih informacij poglobljenih intervjujev in neformalnega pogovora s skupino mladih. Mladi so izpostavili, da ponujene dodatne ugodnosti ob nakupu storitve v veliki meri vplivajo na njihovo odločitev o nakupu določene storitve. Anketno vprašanje je bilo postavljeno tako, da je vsak anketiranec označil stopnjo pomembnosti določenega dejavnika. Na podlagi teh podatkov sem želela ugotoviti razliko med skupinami, upoštevajoč dejstvo ali so vprašani že zavarovani, oziroma še nimajo sklenjenega dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja. Razliko med skupinami sem ugotovila s pomočjo analize variance. Izračun se nahaja v Prilogi 5 in je prikazan v Tabeli 22. Na podlagi opravljene analize variance sem ugotovila, da obstaja statistično značilna razlika med skupinami. Lahko sklepam, da osebe, ki so že izbrale zavarovalnico, se z osebami, ki zavarovalnice še niso izbrale, v povprečju ne strinjajo v enaki meri o pomembnosti dejavnika dodatnih ugodnosti pri izbiri. Sklep postavljam pri $\alpha = 0,000$.

H9: Osebe, ki so že izbrale zavarovalnico, se z osebami, ki zavarovalnice še niso izbrale, v povprečju ne strinjajo v enaki meri o pomembnosti dejavnika priporočil prijateljev pri izbiri

Hipotezo sem oblikovala na podlagi pridobljenih informacij poglobljenih intervjujev in neformalnega pogovora s skupino mladih. Mladi so dejali, da pred nakupom velikokrat za mnenje o določeni storitvi povprašajo prijatelje in njihova priporočila upoštevajo. Anketno vprašanje je bilo postavljeno tako, da je vsak anketiranec označil stopnjo pomembnosti določenega dejavnika. Na podlagi teh podatkov sem želela ugotoviti razliko med skupinami, upoštevajoč dejstvo ali so vprašani že zavarovani, oziroma še nimajo sklenjenega dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja. Razliko med skupinami sem ugotovila s pomočjo analize variance. Izračun se nahaja v Prilogi 5 in je prikazan v Tabeli 22. Na podlagi opravljene analize variance sem ugotovila, da ni statistično značilne razlike med skupinami. Ničelne domneve, da osebe, ki so že izbrale zavarovalnico, se z osebami, ki zavarovalnice še niso izbrale, v povprečju v enaki meri strinjajo o pomembnosti dejavnika priporočil prijateljev pri izbiri, ne morem zavrni.

H10: Osebe, ki so že izbrale zavarovalnico, se z osebami, ki zavarovalnice še niso izbrale, v povprečju ne strinjajo v enaki meri o pomembnosti dejavnika priporočil staršev pri izbiri

Hipotezo sem oblikovala na podlagi pridobljenih informacij poglobljenih intervjujev in neformalnega pogovora s skupino mladih. Mladi so dejali, da pred nakupom velikokrat za mnenje o določeni storitvi povprašajo starše in njihova priporočila upoštevajo. Anketno vprašanje je bilo postavljeno tako, da je vsak anketiranec označil stopnjo pomembnosti določenega dejavnika. Na podlagi teh podatkov sem želela ugotoviti razliko med skupinami, upoštevajoč dejstvo ali so vprašani že zavarovani, oziroma še nimajo sklenjenega

dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja. Razliko med skupinami sem ugotovila s pomočjo analize variance. Izračun se nahaja v Prilogi 5 in je prikazan v Tabeli 22. Na podlagi opravljene analize variance sem ugotovila, da obstaja statistično značilna razlika med skupinami. Lahko sklepam, da osebe, ki so že izbrale zavarovalnico, se z osebami, ki zavarovalnice še niso izbrale, v povprečju ne strinjajo v enaki meri o pomembnosti dejavnika priporočil staršev pri izbiri. Sklep postavljam pri $\alpha = 0,001$.

H11: Osebe, ki so že izbrale zavarovalnico, se z osebami, ki zavarovalnice še niso izbrale, v povprečju ne strinjajo v enaki meri o pomembnosti dejavnika priporočil delodajalca pri izbiri

Hipotezo sem oblikovala na podlagi pridobljenih informacij poglobljenih intervjujev in neformalnega pogovora s skupino mladih. Anketno vprašanje je bilo postavljeno tako, da je vsak anketiranec označil stopnjo pomembnosti določenega dejavnika. Na podlagi teh podatkov sem želela ugotoviti razliko med skupinami, upoštevajoč dejstvo ali so vprašani že zavarovani, oziroma še nimajo sklenjenega dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja. Razliko med skupinami sem ugotovila s pomočjo analize variance. Izračun se nahaja v Prilogi 5 in je prikazan v Tabeli 22. Na podlagi opravljene analize variance sem ugotovila, da ni statistično značilne razlike med skupinami. Ničelne domneve, da osebe, ki so že izbrale zavarovalnico, se z osebami, ki zavarovalnice še niso izbrale, v povprečju v enaki meri strinjajo o pomembnosti dejavnika priporočil delodajalca pri izbiri, ne morem zavrni.

H12: Osebe, ki so že izbrale zavarovalnico, se z osebami, ki zavarovalnice še niso izbrale, v povprečju ne strinjajo v enaki meri o pomembnosti dejavnika vse na enem mestu zavarovano pri izbiri

Hipotezo sem oblikovala na podlagi pridobljenih informacij poglobljenih intervjujev in neformalnega pogovora s skupino mladih. Mladi so dejali, da bi premislili o sklenitvi zavarovanja, če bi lahko več različnih zavarovanj sklenili naenkrat pri eni zavarovalnici. Anketno vprašanje je bilo postavljeno tako, da je vsak anketiranec označil stopnjo pomembnosti določenega dejavnika. Na podlagi teh podatkov sem želela ugotoviti razliko med skupinami, upoštevajoč dejstvo ali so vprašani že zavarovani, oziroma še nimajo sklenjenega dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja. Razliko med skupinami sem ugotovila s pomočjo analize variance. Izračun se nahaja v Prilogi 5 in je prikazan v Tabeli 22. Na podlagi opravljene analize variance sem ugotovila, da ni statistično značilne razlike med skupinami. Ničelne domneve, da osebe, ki so že izbrale zavarovalnico, se z osebami, ki zavarovalnice še niso izbrale, v povprečju v enaki meri strinjajo o pomembnosti dejavnika vse na enem mestu zavarovano pri izbiri, ne morem zavrni.

H13: Osebe, ki so že izbrale zavarovalnico, se z osebami, ki zavarovalnice še niso izbrale, v povprečju ne strinjajo v enaki meri o pomembnosti dejavnika ugleda zavarovalnice pri izbiri

Hipotezo sem oblikovala na podlagi pridobljenih informacij poglobljenih intervjujev in neformalnega pogovora s skupino mladih. Mladi so dejali, da ugled zavarovalnice pomembno vpliva na njihovo izbiro zavarovalnice in sklenitve posameznega zavarovanja. Anketno vprašanje je bilo postavljeno tako, da je vsak anketiranec označil stopnjo pomembnosti

določenega dejavnika. Na podlagi teh podatkov sem želela ugotoviti razliko med skupinami, upoštevajoč dejstvo ali so vprašani že zavarovani, oziroma še nimajo sklenjenega dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja. Razliko med skupinami sem ugotovila s pomočjo analize variance. Izračun se nahaja v Prilogi 5 in je prikazan v Tabeli 22. Na podlagi opravljene analize variance ugotovim, da ni statistično značilne razlike med skupinami. Ničelne domneve, da osebe, ki so že izbrale zavarovalnico, se z osebami, ki zavarovalnice še niso izbrale, v povprečju v enaki meri strinjajo o pomembnosti dejavnika ugleda zavarovalnice pri izbiri, ne morem zavriniti.

Na podlagi pridobljenih izračunov sem oblikovala Tabelo 6, ki primerjalno prikazuje aritmetične sredine med obema skupinama.

Tabela 6: Aritmetične sredine za dejavnike, ki so vplivali na izbiro zavarovalnice in aritmetične sredine za dejavnike, ki bi vplivali na izbiro zavarovalnice (N=127)

Dejavniki	Aritmetična sredina (dejavniki, ki so vplivali na izbiro), n = 90	Aritmetična sredina (dejavniki, ki bi vplivali na izbiro), n = 37
Cena	3,77	4,49
Dodatne ugodnosti	3,70	4,65
Priporočila prijateljev	3,00	3,57
Priporočila staršev	3,34	4,00
Priporočila delodajalca	2,67	2,21
Vse na enem mestu zavarovano	3,54	3,40
Ugled zavarovalnice	3,56	3,70

5 PRIPOROČILA PODJETJU TRIGLAV, ZDRAVSTVENA ZAVAROVALNICA D.D.

5.1 Omejitve raziskave

Anketni vprašalnik s 127 odgovori anketirancev, ki spadajo v ciljno skupino mladih lahko nudi dobro podlago za vpogled v nekatere značilnosti populacije in lahko služi kot izhodišče za nadaljnje raziskovanje. S pomočjo opravljene empirične analize s poglobljenimi intervjuji in anketnim vprašalnikom lahko podam naslednjo ugotovitev: Mladi so definitivno zelo zanimiv segment za zdravstvene zavarovalnice saj kot taki predstavljajo prihodnost družbe in prihodnost same zavarovalnice. V konkretnem primeru je omenjena raziskava imela določene omejitve, saj sem uspela opraviti poglobljeni intervju z osmimi osebami. Bolje bi bilo, če bi poglobljeni intervju lahko opravila z več osebami vendar je kljub tej omejitvi poglobljeni intervju podal realno stanje oziroma poznavanje dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja med mladimi. Anketni vprašalnik je bil aktiviran junija in se je zaključil v začetku septembra. Z vidika časovnega razporeda je bila poglobljena omejitev v tem, da se je anketni vprašalnik

izvajal med poletnimi počitnicami in ga posledično veliko oseb ciljne skupine mladih oseb (dijaki, študenti, mladi do 30. leta) ni videlo oziroma so se odločili, da ne bodo sodelovali v njem. Poleg omenjenega nisem uspela razdeliti ankete med študenti na Ekonomski fakulteti in okoliških fakultetah ter srednjih šolah v okolici Ekonomske fakultete saj je bilo v omenjenem časovnem razponu zelo malo oseb na fakultetah. Kljub temu sem uspela pridobiti priložnostni vzorec. Odgovori so kvalitetni in uporabni za nadaljnjo analizo.

5.2 Priporočila vodstvu podjetja

Na podlagi pridobljenih informacij s strani podjetja Triglav, Zdravstvena zavarovalnica d.d. o njihovem načinu dela na oddelku trženja in oddelku prodaje dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja lahko predlagam naslednje spremembe, ki bi po mojem mnenju lahko pozitivno vplivale na povečanje deleža v prodaji dopolnilnih zdravstvenih zavarovanj. Na podlagi odgovorov pridobljenih s pomočjo anketnega vprašanja in poglobljenih intervjujev sem namreč opazila pomembno odstopanje pri nekaterih vprašanjih v primerjavi z načinom dela v podjetju Triglav, Zdravstvena zavarovalnica, d.d. Vsi anketiranci so zelo velik pomen dali ceni mesečne premije. Kljub temu, da se cena med posameznimi ponudniki zelo malo razlikuje je ta dejavnik v očeh mladih zelo pomemben. Poleg omenjenega so mladi kot zelo pomemben dejavnik izbire zavarovanja, izpostavili ponujene dodatne ugodnosti, s strani ponudnika, ob sklenitvi dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja ter ugled zavarovalnice. V anketnem vprašalniku so anketirani na vprašanje izbire dodatne ugodnosti, v večini izbrali možnost pridobitve vinjete. Poleg vinjete so sodelujoči v anketi izbrali tudi vrednostni bon za zavarovanje (avto, hiša itd.) ter dodatne zdravstvene storitve, ki jih omogoča zavarovalnica. Zadnja možnost sicer preseneča, glede na to, da mladi načeloma nimajo velike potrebe po zdravstveni oskrbi. Opcija nakazuje možnost izbire dodatne zdravstvene oskrbe v primeru predolгих čakalnih vrst za posameznega specialista. Poleg omenjenega so kot dodatno ugodnost izbrali tudi vrednostni bon za mobilnega operaterja, oziroma za nakup telefona. Omenjeni odgovor je bil pričakovan saj vsi mladi uporabljajo vsakodnevno družbene medije. Z vidika uporabe družbenih medijev so skoraj vsi anketiranci dejali, da aktivno uporabljajo družbeni medij Facebook ter redno spremljajo, pregledujejo uradno spletno stran podjetja, ki ponuja določeno storitev, ki jih zanima. Večina mladih je dejala, da družbene medije uporabljajo v večernih urah in v dopoldanskem času. Dokaj nepričakovan odgovor sem pridobila glede uporabe drugih medijev. Skoraj vsi anketiranci so dejali, da redno spremljajo televizijske programe. Glede oglasov pa so dejali, da jih posamezni oglas pritegne, oziroma bi jih posamezni oglas pritegnil k ogledu zaradi vsebine in če bi v njem nastopila znana osebnost.

Na podlagi pridobljenih rezultatov lahko podam svoje mnenje glede dopolnitve, oziroma posameznih sprememb in nadgradnje načina trženja dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja v podjetju Triglav, Zdravstveni zavarovalnici d.d. Podjetju bi svetovala, da v svojo ponudbo dodatnih ugodnosti, ob sklenitvi dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja, vključi pridobitev vinjete, oziroma vsaj delno plačilo vinjete, kot naslednjo trženjsko aktivnost. Na podlagi

pridobljenih rezultatov ugotavljam, da so mladi zelo zavzeti za omenjeno ugodnost, ki vsako leto, v januarju, posamezniku pomeni dodaten velik strošek. Vinjeto bi morda lahko vključili v skupni vrednostni bon za zavarovanje avta. Mladi bi ga pridobili ob sklenitvi dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja pri Triglav, Zdravstveni zavarovalnici, d.d. Skupaj bi ga nadalje oblikovali s podjetjem Zavarovalnico Triglav, d.d. v sklopu Skupine Triglav. V zvezi z oglaševanjem bi poleg uporabe interneta in radija predlagala ponovno oglaševanje preko televizije, saj zelo veliko mladih spremlja televizijske programe. V tem primeru ni mogoča blokada oglasov na način kot je na primer pri uporabi interneta. Pri oblikovanju novega oglasnega sporočila bi podjetju Triglav, Zdravstveni zavarovalnici d.d. svetovala, da se poveže z znano slovensko osebnostjo, športniki in igralci. Podjetju bi svetovala povezavo z znanimi slovenskimi športniki, ki so pred kratkim osvojili pomembne športne dosežke in priznanja na svetovnih prvenstvih, oziroma olimpijskih igrah v Rio de Janeiro 2016. Ob zaključku bi podjetju še svetovala, da redno posodablja in obnavlja informacije na svoji uradni spletni strani in na svojem Facebook profilu. Posamezne informacije bi bilo priporočljivo in koristno ponujati na Facebook profilu v dopoldanskih in predvsem v večernih urah, ko mladi najbolj aktivno uporabljajo družbene medije.

Podjetje Triglav, Zdravstvena zavarovalnica d.d. bo moralo v prihodnosti nameniti še več pozornosti trženju preko spletnih portalov in medijev, saj so prihajajoče generacije mladih v Sloveniji vedno bolj vezane na uporabo družbenih medijev. Vlagati bo potrebno v nove raziskave in analize ciljne populacije. Na tak način bo podjetje pravočasno prepoznalo posamezne priložnosti in jih lahko tudi izkoristilo. S tem bo posledično tudi povečalo tržni delež sklenjenih dopolnilnih zdravstvenih zavarovanj med mladimi v Sloveniji.

5.3 Izzivi za prihodnja raziskovanja

Zbrani podatki v tej analizi so prikazali temeljne dejavnike izbire zdravstvenega zavarovanja med mladimi in vzrok vpliva na njihovo izbiro ponudnika dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja. Omenjena raziskava je lahko temelj nadaljnjim raziskavam na področju dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja v Sloveniji in raziskavam glede vpliva natančno določenih dejavnikov vezanih na izbiro zavarovanja med mladimi. Za nadaljnje raziskovanje bi predlagala natančno določitev in boljše izbiro časovnega okvira raziskovanja. V tem primeru od oktobra do junija, saj se v omenjenem obdobju študenti zadržujejo v okolici fakultet in so zato lažje dosegljivi in bolj pripravljeni odgovarjati na anketna vprašanja.

SKLEP

Namen magistrskega dela je bil pomagati podjetju Triglav, Zdravstvena zavarovalnica d.d. pri prepoznavanju ključnih dejavnikov izbire dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja med mladimi v Sloveniji. Z opravljeno raziskavo sem želela prispevati k oblikovanju nove tržne strategije, ki bo usmerjena v ciljno skupino mladih od dopolnjenega 18. leta starosti do vključno 30. leta starosti in s tem omogočiti povečanje deleža sklenjenih dopolnilnih zdravstvenih zavarovanj v tej skupini. S pomočjo metod kvalitativnega in kvantitativnega raziskovanja sem pridobila pomembne informacije in preverila oblikovane hipoteze. Pridobljeni podatki so uporabni za nadaljnjo analizo v podjetju Triglav, Zdravstvena zavarovalnica d.d.

Zdravstveno zavarovanje bo v prihodnosti deležno korenite spremembe, ki bo prinesla reformo zdravstvenega sistema. Kaj natančneje se bo spremenilo še ni znano. Dopolnilno zdravstveno zavarovanje je vsekakor potrebno obdržati v zdravstvenem sistemu, saj bo, v nasprotnem primeru, zdravstvena blagajna preobremenjena in bo vložek posameznika v zdravstveni sistem znatno višji, čakalne dobe pa občutno daljše. Demografska slika Slovenije prikazuje v naslednjih 50-ih letih izrazito staranje prebivalstva, zato je potrebno temeljito preučiti naslednje korake in spremembe povezane z zdravstvenim sistemom v Sloveniji. Mlajša populacija v Sloveniji ne bo uspela financirati vseh zdravstvenih storitev z obstoječimi mesečnimi prispevki zato bo potrebno oblikovati, oziroma organizirati učinkovit zdravstveni sistem po zgledu Nizozemske, kjer imajo zdravstvene zavarovalnice aktivno vlogo pri oblikovanju in ponujanju zdravstvenih storitev svojim državljanom. Zdravstvenim zavarovalnicam v Sloveniji je potrebno ponuditi aktivno vlogo v sistemu saj se bo s tem izboljšala kakovost in učinkovitost zdravstvenega sistema. Posledično bi zavarovalnice tudi uspešno ponujale svoje produkte na trgu in s tem zmanjšale obremenjenost mlajših generacij v prihodnosti. Sistem bi bil še vedno oblikovan po sistemu solidarnosti in veliko preostalih težav bi tako rešili.

Na podlagi opravljene raziskave namreč ugotavljam, da kljub temu, da mladi ne koristijo zdravstvene oskrbe tako pogosto kot starejši državljani so kljub temu vsi dopolnilno zdravstveno zavarovani oziroma se nameravajo dopolnilno zdravstveno zavarovati v bližnji prihodnosti. Ta ciljna populacija je za zdravstvene zavarovalnice pomembna zato si prizadevajo pridobiti čim več zavarovancev v omenjeni ciljni skupini mladih, med 18. letom starosti do vključno dopolnjenega 30. leta starosti. Podatki v tej analizi so prikazali temeljne dejavnike izbire zdravstvenega zavarovanja med mladimi v Sloveniji in dejavnike, ki vplivajo na njihov izbor. Dopolnilno zdravstveno zavarovanje tako ostaja zelo pomemben del v skupni zdravstveni oskrbi posameznika v Sloveniji.

LITERATURA IN VIRI

1. Andriukaitis V. (2015). *Euro Health Consumer Index (EHCI)*. Najdeno dne 1. junija 2016 na spletnem naslovu <http://www.healthpowerhouse.com/publications/euro-health-consumer-index-2014/>
2. AS - Adriatic Slovenica, d.d. (2014). *Revidirano letno poročilo 2014.*, str. 24. Najdeno dne 15. junija 2016 na spletnem naslovu <http://lp2014.as-skupina.si/documents/920001/920038/LP+AS+in+KPL+2014/e570bc80-d6a1-4ab3-bd95-1f8c9c0109b5>
3. AS - Adriatic Slovenica, d.d. *Dopolnilno zdravstveno zavarovanje*. Najdeno dne 15. junija 2016 na spletnem naslovu <http://www.adriatic-slovenica.si/za-fizicne-osebe/vrste-zavarovanj/zdravje/dopolnilno-zdravstveno-zavarovanje>
4. AS - Adriatic Slovenica d.d. *Strategija poslovanja*. Najdeno dne 15. junija 2016 na spletnem naslovu <http://www.as-skupina.si/sl/o-nas/strategija-poslovanja>
5. AS - Adriatic Slovenica d.d. *Vrednote, poslanstvo in vizija*. Najdeno dne 15. junija 2016 na spletnem naslovu <http://www.as-skupina.si/sl/o-nas/vrednote-poslanstvo-in-vizija>
6. Ban M. (2011). *Vloga zavarovalnic pri nadzoru izvajalcev zdravstvenih storitev*. 18. dnevi slovenskega zavarovalništva.
7. Bregar L., Ograjenšek I., Bavdaž M. (2005). *Metode raziskovalnega dela za ekonomiste: Izbrane teme*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta
8. *Dopolnilno zdravstveno zavarovanje*. Najdeno 3. decembra 2015 na spletnem naslovu <http://dopolnilnozdravstvenozavarovanje.net/dopolnilno-zavarovanje/>
9. *Dodatno zdravstveno zavarovanje*. Najdeno 3. decembra 2015 na spletnem naslovu <http://dopolnilnozdravstvenozavarovanje.net/dodatno-zdravstveno-zavarovanje/>
10. *Dopolnilno zdravstveno zavarovanje*. Najdeno 6. decembra 2015 na spletnem naslovu <http://zdravstvenozavarovanje.com/>
11. *Dopolnilno zdravstveno zavarovanje za študente in mlade*. Najdeno dne 6. decembra 2015 na spletnem naslovu <http://dopolnilnozdravstvenozavarovanje.info/novice/dopolnilno-zavarovanje-za-studente-in-mlade/>
12. *Dopolnilno zdravstveno zavarovanje. Razbremenite se stroškov doplačil zdravstvenih storitev!* Najdeno dne 7. decembra 2015 na spletnem naslovu <http://www.abanka.si/sys/cmspage.aspx?MapaId=1721>
13. *Dopolnilno zdravstveno zavarovanje – O dopolnilnem zdravstvenem zavarovanju*. Najdeno dne 1. maja 2016 na spletnem naslovu <https://www.vzajemna.si/sl/zavarovanja/dopolnilno-zdravstveno-zavarovanje/o-dopolnilnem-zdravstvenem-zavarovanju/>
14. Evropska komisija (2016). *Evropska kartica zdravstvenega zavarovanja*. Najdeno dne 2. maja 2016 na spletnem naslovu <http://ec.europa.eu/social/main.jsp?catId=559&langId=sl>
15. Furlan Š., Škerl P., Trontelj M. (2014). *Prvi korak zdravstvene reforme: Informacije?* 21. dnevi slovenskega zavarovalništva. Najdeno dne 1. maja 2016 na spletnem naslovu

- <http://www.zav-zdruzenje.si/dnevi-slovenskega-zavarovalnistva/21-dnevi-slovenskega-zavarovalnistva-2014/>
16. Gregorič J. (2008). *Prilagajanje zdravstvenega zavarovanja demografskim spremembam ter nujnost sovplivanja zavarovalnic na kakovost delovanja zdravstvenega sistema*. 15. dnevi slovenskega zavarovalništva, (str. 273-289).
 17. Health Consumer Powerhouse (2016). *Euro Health Consumer Index 2015.*, (str. 5-23). Najdeno dne 10. maja 2016 na spletnem naslovu http://www.healthpowerhouse.com/files/EHCI_2015/EHCI_2015_report.pdf
 18. Health Consumer Powerhouse (2016). *Skupno stanje zdravstva v posamezni državi*. Najdeno dne 10. maja 2016 na spletnem naslovu http://www.healthpowerhouse.com/files/EHCI_2015/EHCI_2015_press_release.pdf
 19. Jaklič M. (2004). Dileme in priložnosti prostovoljnega zdravstvenega zavarovanja. *Bančni vestnik*, (7/8), str. (66 – 70).
 20. *Kdaj potrebujem Dopolnilno zdravstveno zavarovanje*. Najdeno 6. decembra 2015 na spletnem naslovu <http://dopolnilnozavarovanje.si/kdaj-potrebujem-dopolnilno-zdravstveno-zavarovanje.html>
 21. Kidrič D. (2013). *Zdravstveno zavarovanje. Donesek k razpravi o zdravstvenem zavarovanju ob Iniciativi zdravnikov*. Najdeno 3. decembra 2015 na spletnem naslovu <http://www.zav-zdruzenje.si/wp-content/uploads/2013/07/Donesek-k-razpravi-o-zdravstvenem-zavarovanju-ob-Iniciativi-zdravnikov.pdf>
 22. Kotler P., Keller K.L. (2006). *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Prentice Hall., str. 18-19
 23. Malačič J. (2008). *Demografske razmere v Sloveniji v luči evropskih trendov*. 15. dnevi slovenskega zavarovalništva, str. 95-99
 24. Ministrstvo za izobraževanje, znanost in šport Republike Slovenije (2016). *Osnovne definicije*. Najdeno dne 3. julija 2016 na spletnem naslovu http://www.ursm.gov.si/si/delovna_podrocja/osnovne_definicije/
 25. *Naša ponudba zdravstvenih zavarovanj*. Najdeno 11. decembra 2015 na spletnem naslovu <http://www.zdravstvena.net/zavarovanja>
 26. Paul Peter J., C.Olson J. (2002). *Consumer Behavior and Marketing Strategy*. Šesta izdaja. New York: McGraw- Hill Higher Education
 27. Rednak, A. (2014). Boljše zdravstvo: Zakaj Nizozemcem uspeva, Slovencem pa ne. *Finance*, št. 48/2014. Najdeno dne 10. maja 2016 na spletnem naslovu <http://www.zdus-zveza.si/boljse-zdravstvo-zakaj-nizozemcem-uspeva-slovincem-pa-ne-copy>
 28. Starman D. (1997). Uvajanje neposrednega trženja v slovensko zavarovalništvo. Pregledni znanstveni članek. *Akademija MM*, št.1/1997. Najdeno dne 10. maja 2016 na spletnem naslovu <http://www.dlib.si/details/URN:NBN:SI:DOC-N42WAALJ/?query=%27contributor%3dStarman%2c+Danijel%27&pageSize=25&ftype=znanstveno+%c4%8dasopisje&flocation=Medijski+partner+d.o.o>
 29. *Slovensko zavarovalno združenje*. Najdeno dne 3. decembra 2015 na spletnem naslovu <http://www.zav-zdruzenje.si/vrste-zavarovanj/osebna-zavarovanja/#zdravstvena>

30. *Slovensko zavarovalno združenje*. Najdeno dne 15. maja 2016 na spletnem naslovu <http://www.zav-zdruzenje.si/slovar-zavarovalnih-izrazov/#z>
31. Sraka R. (2008). *Zdravstvena zavarovanja za dolgoživo družbo*. 15. dnevi slovenskega zavarovalništva, str. 135-143
32. Sraka R. (2010). *Kakšna je prihodnost dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja*. 17. dnevi slovenskega zavarovalništva.
33. Sraka R. (2012). *Analiza dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja*. 19. dnevi slovenskega zavarovalništva.
34. Šik A., Šavron I. (2008). *Demografske spremembe in zasebna zdravstvena zavarovanja*. 15. dnevi slovenskega zavarovalništva, str. 145-157
35. Šker T. (2005). *Zavarovalništvo in zavarovalniški trendi*. *Neprofitni management*, (4), str. 76-80
36. Srše D. (2015). *Pravni ureditvi dopolnilnih in dodatnih zdravstvenih zavarovanj*. Ljubljana: Zavarovalniški horizonti. Najdeno 30. aprila 2016 na spletnem naslovu <http://www.zav-zdruzenje.si/wp-content/uploads/2015/05/Zavarovalniski-horizonti-maj-2015-clanek1.pdf>
37. Statistični urad Republike Slovenije (2016). *Osnovni podatki o rojenih, Slovenija, letno*. Najdeno dne 30. junija 2016 na spletnem naslovu http://pxweb.stat.si/pxweb/Dialog/varval.asp?ma=05J1002S&ti=&path=../Database/Dem_soc/05_prebivalstvo/30_Rodnost/05_05J10_rojeni_SL/&lang=2
38. Statistični urad Republike Slovenije (2016). *Prebivalstvo, staro 15 ali več let, po izobrazbi, starosti in spolu, Slovenija, letno*. Najdeno dne 6. septembra 2016 na spletnem naslovu http://pxweb.stat.si/pxweb/Dialog/varval.asp?ma=05G2002S&ti=&path=../Database/Dem_soc/05_prebivalstvo/20_soc_ekon_preb/01_05G20_izobrazba/&lang=2
39. Štiblar F., Šramel F. (2008). *Zavarovalništvo Slovenije v 21.stoletju*. Ljubljana: Slovensko zavarovalno združenje.
40. *Študentje in dijaki*. Najdeno 7. decembra 2015 na spletnem naslovu <http://www.zdravstvena.net/zavarovanja/dpzz/studentje-dijaki>
41. Tajnikar M., Došenović Bonča P., Čok M., Domadenik P., Korže B., Sambt J., Skela Savič B. (2016). *Prenova gospodarskih vidikov slovenskega zdravstva*. Ljubljana: Ekonomska fakulteta, str. 7-10
42. Triglav, Zdravstvena zavarovalnica d.d. (2016). *O zavarovalnici*. Najdeno dne 16. junija 2016 na spletnem naslovu <http://www.zdravstvena.net/o-zavarovalnici>
43. Triglav, Zdravstvena zavarovalnica d.d. (2016). *Revidirano Letno poročilo za leto 2015*. Najdeno dne 30. Junija 2016 na spletnem naslovu http://www.zdravstvena.net/sites/default/files/pictures/letoporocilo_2015.pdf
44. Tvoja Evropa (2016). *Zdravstveno zavarovanje med začasnim bivanjem v tujini*. Najdeno 2. maja 2016 na spletnem naslovu http://europa.eu/youreurope/citizens/health/unplanned-healthcare/temporary-stays/index_sl.htm
45. Voršnik I. (2000). *Problematika zavarovalnih storitev*. Organizacija: revija za management, informatiko in kadre, (6), str. 410-415

46. Vzajemna d.v.z. (2016). *O Vzajemni*. Najdeno dne 17. junija 2016 na spletnem naslovu <https://www.vzajemna.si/sl/o-vzajemni/>
47. Vzajemna d.v.z. (2016). *Vizija, poslanstvo in vrednote*. Najdeno dne 17. junija 2016 na spletnem naslovu <https://www.vzajemna.si/sl/o-vzajemni/vizija-poslanstvo-in-vrednote/>
48. UMAR - Urad Republike Slovenije za makroekonomske analize in razvoj (2013). *Delovna projekcija prebivalstva Slovenije.*, str.5. Najdeno dne 5. junija 2016 na spletnem naslovu http://www.umar.gov.si/fileadmin/user_upload/sporocila_za_javnost/2013/november/projekcije_prebivalstva.pdf
49. *Zakaj skleniti dopolnilno zdravstveno zavarovanje?* Najdeno 6. decembra 2015 na spletnem naslovu http://www.dopolnilno-zavarovanje.si/dopolnilno_zdravstveno_zavarovanje.aspx
50. Zaplotnik, Ž. (2009). *Nasvet dneva: Kaj nudi dopolnilno in kaj dodatno zdravstveno zavarovanje*. Najdeno 3. decembra 2015 na spletnem naslovu <http://www.finance.si/241362/Nasvet-dneva-Kaj-nudi-dopolnilno-in-kaj-dodatno-zdravstveno-zavarovanje>
51. ZZZS - Zavod za zdravstveno zavarovanje Slovenije (2015). *Kaj je zdravstveno zavarovanje?* Najdeno 6. decembra 2015 na spletnem naslovu <http://www.zzs.si/zzs/internet/zzs.nsf/o/32517E43F68275AAC1256D340029CAF8>
52. ZZZS - Zavod za zdravstveno zavarovanje Slovenije (2015). *Prostovoljno zdravstveno zavarovanje*. Najdeno 6. decembra 2015 na spletnem naslovu <http://www.zzs.si/zzs/internet/zzs.nsf/o/52D9D035D538D7A1C1256D34002A6FBD>
53. ZZZS - Zavod za zdravstveno zavarovanje Slovenije (2015). *Obvezno zdravstveno zavarovanje*. Najdeno 6. decembra 2015 na spletnem naslovu <http://www.zzs.si/zzs/internet/zzs.nsf/o/875E847A07B8589AC1256D34002A1360>
54. ZZZS - Zavod za zdravstveno zavarovanje Slovenije (2016). *Obseg pravic v obveznem zdravstvenem zavarovanju*. Najdeno 15. aprila 2016 na spletnem naslovu https://zavarovanec.zzs.si/wps/portal/portali/azos/pravice_ozz_ioz/obseg_pravic!/ut/p/b1/04_Sj9CPyKssy0xPLMnMz0vMAfGjzOLNDHwdPTwNDD3cncNMDTx9XM0DfD1djQyMjPS99KPSc_KTgErD9aNQFfubQBQbu3j5mhkaOBugK7Aw8XI08DQ18zE1N7U0MjAwhCowaAEcDfT9PPJzU_ULsoODPModFQEJX9Vy/dl4/d5/L2dJQSEvUUt3QS80SmtFL1o2XzQxRUIHM08wSUdJSDMwSUJNOFRRVEMwMEcw/
55. ZZZS - Zavod za zdravstveno zavarovanje Slovenije (2016). *Zavarovane osebe*. Najdeno dne 16. maja 2016 na spletnem naslovu <http://www.zzs.si/zzs/internet/zzs.nsf/o/1C2553728E62B257C1256D3A00310A4E>
56. Zakon o zdravstvenem varstvu in zdravstvenem zavarovanju - ZZVZZ. *Uradni list RS*, št. 72/06 – uradno prečiščeno besedilo, 114/06 – ZUTPG, 91/07, 76/08, 62/10 – ZUPJS, 87/11, 40/12 – ZUJF, 21/13 – ZUTD-A, 91/13, 99/13 – ZUPJS-C, 99/13 – ZSVarPre-C, 111/13 – ZMEPIZ-1, 95/14 – ZUJF-C in 47/15 – ZZSDT.

PRILOGE

KAZALO PRILOG

Priloga 1: Vodila za poglobljeni intervju.....	1
Priloga 2: Celotni intervjuji - Transkript	3
Priloga 3: Spletni anketni vprašalnik	16
Priloga 4: Celotni odgovori na anketni vprašalnik (N=161)	25
Priloga 5: Rezultati odgovorov na anketo – izračuni SPSS.....	59

PRILOGA 1: Vodila za poglobljeni intervju

OPOMNIK ZA POGLJUBLJENI INTERVJU

1. SOC.- EKON. VPRAŠANJA:
2. SPOL
3. STAROST
4. IZOBRAZBA
5. KDAJ STE ZAKLJUČILI ŠOLANJE
6. STATUS (DIJAK/ŠTUDENT, ZAPOSLEN, BREZPOSELNI)

7. KATERE VRSTE ZDRAVSTVENIH ZAVAROVANJ POZNATE?
8. ALI POZNATE RAZLIKO MED DOPOLNILNIM IN DODATNIM ZDRAVSTVENIM ZAVAROVANJEM?
9. STE DOPOLNILNO ZDRAVSTVENO ZAVAROVANI?
DA (nadaljuj z 10. vprašanjem)
NE (nadaljuj z 23. vprašanjem)

10. PRI KATERI ZAVAROVALNICI STE DOP. ZDR. ZAVAROVANI?
11. KDAJ STE SKLENILI DOP. ZDR. ZAVAROVANJE?
(ob zaključku šolanja, ob prekinitvi šolanja – pavziranje, ob sklenitvi delovnega razmerja, drugo...)
12. KJE STE SKLENILI DOP. ZDR. ZAVAROVANJE?
(na zavarovalnici oz. preko zastopnika, preko interneta, pri delodajalcu ob zaposlitvi, drugo...)
13. KAKO STE SKLENILI DOP. ZDR. ZAVAROVANJE?
(sam sem ga sklenil, starši so ga sklenili zame, prijatelj ga je sklenil v mojem imenu, drugo...)
14. STE SE PRED SKLENITVIJO DOP. ZDR. ZAVAROVANJA POZANIMALI O ZAVAROVALNICI, KATERA PONUJA DOP. ZDR. ZAVAROVANJE?
15. ČE STE SE POZANIMALI, KJE STE DOBILI POTREBNE INFORMACIJE O PONUDNIKIH DOP. ZDR. ZAVAROVANJ?
(prek internetne strani zavarovalnice, facebook in/ali spletni forumi, osebno pri ponudnikih dop. zdr. zavarovanj, pri starših, pri prijateljih, pri delodajalcu, drugo...)
16. KDO ALI KAJ JE VPLIVAL/O NA ODLOČITEV O IZBIRI ZAVAROVALNICE?
17. KATERI DEJAVNIKI SO NAJBOLJ VLIVALI NA IZBIRO ZAVAROVALNICE?
18. STE KDAJ IMELI KAKŠNE TEŽAVE Z IZBRANO ZAVAROVALNICO?
19. STE KDAJ ŽE ZAMENJALI ZAVAROVALNICO?
20. STE KDAJ RAZMIŠLJALI O ZAMENJAVI PONUDNIKA DOP. ZDR. ZAVAROVANJA (ZAVAROVALNICE)?
21. KATERE UGODNOSTI BI VAS PRITEGNILE, DA BI RAZMISLILI O ZAMENJAVI PONUDNIKA DOP. ZDR. ZAVAROVANJA?
22. ALI SE VAM ZDI SMISELNO IMETI VSA ZAVAROVANJA UREJENA PRI ENI ZAVAROVALNICI?

KONEC VPRAŠALNIKA ZA TISTE, KI SO DOP. ZDR. ZAVAROVANI

23. ALI VESTE KAJ JE DOPOLNILNO ZDRAVSTVENO ZAVAROVANJE IN KAJ PONUJA?
DA (nadaljuj z 24. vprašanjem)
NE (nadaljuj z 32. vprašanjem)
24. KJE LAHKO PO VAŠEM MNENJU SKLENETE DOP. ZDR. ZAVAROVANJE?
(pri zavarovalnici oz. preko zastopnika, preko interneta, pri delodajalcu ob zaposlitvi, drugo...) – katere zavarovalnice ponujajo to storitev v Slo?
25. KAKO BI LAHKO SKLENITI DOP. ZDR. ZAVAROVANJE?
(sam bi ga sklenil, starši bi ga sklenili zame, prijatelj bi ga sklenil v mojem imenu, drugo...)
26. KDAJ SE LAHKO SKLENE DOP. ZDR. ZAVAROVANJE?
(časovno mišljeno npr.: ko končaš šolanje, med šolanjem, ko se zaposlimo, drugo...)
27. BI SE PRED SKLENITVIJO DOP. ZDR. ZAVAROVANJA POZANIMALI O ZAVAROVALNICI IN KJE BI ISKALI INFORMACIJE?
(prek internetne strani zavarovalnice, facebook in/ali spletni forumi, osebno pri ponudnikih dop. zdr. zavarovanj, pri starših, pri prijateljih, pri delodajalcu, drugo...)
28. KDO ALI KAJ BI LAHKO VPLIVAL/O NA ODLOČITEV O IZBIRI ZAVAROVALNICE?
29. KATERI DEJAVNIKI BI NAJBOLJ VPLIVALI NA IZBIRO ZAVAROVALNICE?
30. KATERE UGODNOSTI BI VAS PRITEGNILE, DA BI RAZMISLILI O SKLENITVI DOP. ZDR. ZAVAROVANJA PRI POSAMEZNEM PONUDNIKU (ZAVAROVALNICI)?
31. ALI SE VAM ZDI SMISELNO IMETI VSA ZAVAROVANJA UREJENA PRI ENI SAMI ZAVAROVALNICI?

KONEC VPRAŠALNIKA ZA TISTE, KI NISO DOP. ZDR. ZAVAROVANI

32. KATERE DRUŽBENE MEDIJE UPORABLJATE?
33. ZAKAJ UPORABLJATE DOLOČENI DRUŽBENI MEDIJ?
(za vsak medij posebej – zakaj ga uporabljajo)
34. KOLIKO ČASA DNEVNO PRIBLIŽNO UPORABLJATE DRUŽBENE MEDIJE?
35. V KATEREM ČASOVNEM RAZPONU DNEVA NAJVEČ UPORABLJATE IZBRANI DRUŽBENI MEDIJ? (zjutraj, dopoldan, popoldan, zvečer, ponoči)
36. KAJ VAS PRI UPORABI DRUŽBENEGA MEDIJA NAJBOLJ PRITEGNE?
37. KATERE OSTALE MEDIJE ŠE SPREMLJATE? (Tv, Radio, Časopis, Drugo...)
38. KDAJ ZAZNATE OGLASNA SPOROČILA?
(kadar utripajo na ekranu, kadar se prikaže veliko okno z oglasom, kadar se večkrat zapored prikaže na ekranu, drugo...)
39. KAJ VAS NAJBOLJ PRITEGNE K OGLEDU OGLASA DOLOČENE STORITVE?
(npr. velikost oglasa, barve, znana osebnost na oglasu, drugo...)
40. KJE OBIČAJNO IŠČETE INFORMACIJE O STORITVAH, KI VAS ZANIMAJO?

41. SE KDAJ POZANIMATE PRI SAMIH PONUDNIKIH STORITEV (NA NJIHOVIH SPLETNIH STRANEH)?

42. KDO ALI KAJ BI LAHKO VPLIVAL/O NA VAŠO ODLOČITEV O NAKUPU DOLOČENE STORITVE?

(s kom se običajno posvetujete: starši, prijatelji, sodelavci, drugo...)

43. V KOLIKŠNI MERI PO POSVETU ŠE IŠČETE DODATNE INFORMACIJE?

44. KAJ BI VAS ŠE DODATNO PREPRIČALO O NAKUPU DOLOČENE STORITVE PO PRIDOBLJENIH INFORMACIJAH?

(razne ugodnosti ob nakupu storitve: različni vrednostni boni (za zavarovanje avta, za nakup v trgovini mercator/spar, za spletno nakupovanje, za mobilnega operaterja), vinjeta, bon za nakup prek eventim.si, drugo...)

KONEC VPRAŠALNIKA ZA TISTE, KI NE VEDO KAJ JE DOP. ZDR. ZAVAROVANJE

PRILOGA 2: Celotni intervjuji - Transkript

TRANSKRIPT INDIVIDUALNI INTERVJU:

1. INTERVJU OPRAVLJEN 28.5.2016 OB 10.00 : TINA

SPRAŠUJE: SARA

S: Ime Tina, spol ženski, starost?

T: 25

S: Izobrazba?

T: Srednja medicinska sestra

S: Kdaj si zaključila šolanje?

T: 5 let nazaj...2011, ja ja

S: Sedanji trenutni status?

T: Zaposlena

S: Katere vrste zdravstvenih zavarovanj poznaš?

T: Poznam življenjsko in dodatno

S: Ali poznaš razliko med dopolnilnim in dodatnim zdravstvenim zavarovanjem?

T: Amm ne...ne poznam

S: Dopolnilno zdravstveno zavarovanje krije razliko ali del razlike stroškov do polne vrednosti zdravstvene storitve, ki ga obvezno zdravstveno zavarovanje ne krije. V praksi pomeni, da zavarovancem, ki imajo sklenjeno dopolnilno zdravstveno zavarovanje ni potrebno plačevati zdravstvenih storitev. Dopolnilno zdravstveno zavarovanje je le eno in je zakonsko določeno. Vse zavarovalnice ponujajo isto dopolnilno zdravstveno zavarovanje. Dodatno zdravstveno zavarovanje pa krije stroške, ki niso sestavni del pravic iz obveznega zdravstvenega zavarovanja. Je zavarovanje za večji obseg ali dodatne pravice in se izvaja neodvisno od obveznega zdravstvenega zavarovanja. Dodatnih zdravstvenih zavarovanj je

lahko več in so razdeljene v različne sklope. Če si zaposlena si verjetno tudi dopolnilno zdravstveno zavarovana..

T: Ja...verjetno ja, ja sem

S: Pri kateri zavarovalnici si dopolnilno zdravstveno zavarovana?

T: AS (opomnik: Adriatic Slovenica)

S: Kdaj si sklenila dopolnilno zdravstveno zavarovanje? Ob zaključku šolanja recimo?

T: Ob zaključku...ne ne, ob sklenitvi pogodbe za službo

S: Aha ok in koliko si bila stara?

T: Amm 22 let

S: Kje si pa sklenila dopolnilno zdravstveno zavarovanje? Na zavarovalnici, preko zastopnikov?

T: Preko zastopnika

S: Kako si sklenila dopolnilno zdravstveno zavarovanje? Si ga sama sklenila, so ga starši zate sklenili, prijatelji?

T: Sama

S: Si se prek sklenitvijo pozanimala o zavarovalnici, ki ponuja dopolnilno zdravstveno zavarovanje?

T: Ja

S: Veš koliko zavarovalnic je?

T: Ne

S: Če si se pozanimala, kje si dobila potrebne informacije o ponudnikih dopolnilnih zdravstvenih zavarovanj? Recimo prek internetne strani, facebooka, spletna stran zavarovalnice, osebno?

T: Jaz sem se osebno

S: Osebno si šla do zavarovalnice?

T: V bistvu mi imamo znanca, ki dela za to...dela za Adriatic Slovenico

S: Kdo ali kaj je vplival/o na odločitev o izbiri zavarovalnice?

T: Znanec

S: Kateri dejavniki so najbolj vplivali na izbiro zavarovalnice?

T: Da ga poznam in da je naredil najbolj ugodno

S: Ok, torej cena je tudi vplivala

T: Ja

S: Še kaj drugega?

T: Ne...bolj ugodnosti kot karkoli drugega

S: Si kdaj imela težave z izbrano zavarovalnico?

T: Nikoli

S: Si kdaj že zamenjala zavarovalnico?

T: Ja

S: Kje si bila pa prej?

T: Na Vzajemni

S: Vzajemna ok...zakaj si pa zamenjala?

T: Ker so me prepričali, ko sem bila mlada in so me hitro prepričali in ni blo ok

S: Aha v redu...Si kdaj razmišljala o zamenjavi zdaj, ko si zavarovana pri Asu?

T: Ne

S: Katere ugodnosti bi te recimo prepričale, da bi zamenjala? Torej si bila na Vzajemni, zdaj si na Asu...da bi šla nazaj na Vzajemno ali pa na Triglav zdravstveno...kaj bi te prepričalo?

S: Se ti zdi smiselno imeti vsa zavarovanja urejena pri eni zavarovalnici? Recimo avto, hiša, zdravstveno?

T: Ja

S: Imaš ti kaj tako zavarovano?

T: Ja jaz imam avto in zdravstveno, mama pa ima stanovanje in zdravstveno

S: Vse pri Asu?

T: Ja vse imamo pri Asu

S: Ok, hvala za odgovore

T: Prosim

2. INTERVJU OPRAVLJEN 28.5.2016 OB 12.30 : MAJA SPRAŠUJE: SARA

S: Ime Maja, spol ženski, starost?

M: 24 let

S: Izobrazba?

M: Trenutno študentka...drugače pa diplomirana ekonomistka

S: Aha torej 6.stopnja...dodiplomski študij?

M: Ja, ja dodiplomca imam narejenega na ekonomski fakulteti v Ljubljani

S: Kdaj si zaključila dodiplomski študij?

M: Amm lani torej 2015

S: Ok in zdaj si študentka in študiraš naprej

M: Ja

S: Katere vrste zdravstvenih zavarovanj poznaš?

M: Življensko, Osnovno, Dopolnilno in to je to

S: Ločiš razliko med dopolnilnim in dodatnim zdravstvenim zavarovanjem?

M: Niti ne

S: Dopolnilno zdravstveno zavarovanje krije razliko ali del razlike stroškov do polne vrednosti zdravstvene storitve, ki ga obvezno zdravstveno zavarovanje ne krije. V praksi pomeni, da zavarovancem, ki imajo sklenjeno dopolnilno zdravstveno zavarovanje ni potrebno plačevati zdravstvenih storitev. Dopolnilno zdravstveno zavarovanje je le eno in je zakonsko določeno. Vse zavarovalnice ponujajo isto dopolnilno zdravstveno zavarovanje. Dodatno zdravstveno zavarovanje pa krije stroške, ki niso sestavni del pravic iz obveznega zdravstvenega zavarovanja. Je zavarovanje za večji obseg ali dodatne pravice in se izvaja neodvisno od obveznega zdravstvenega zavarovanja. Dodatnih zdravstvenih zavarovanj je lahko več in so razdeljene v različne sklope. Si dopolnilno zdravstveno zavarovana?

M: Ja...amm ne čaki ne, nisem

S: Si še študentka tako, da si verjetno zavarovana še preko staršev?

M: Ja, ja sem preko staršev zavarovana ja, tako ja

S: Potem nisi zavarovana...veš kaj točno potem ponuja dopolnilno zdravstveno zavarovanje? Da bi znala razložiti oz opredeliti?

M: Ne, ne vem

S: Ok, ker ne veš točno kaj je dopolnilno, te bom spraševala bolj v zvezi z mediji in kako jih uporabljaš. Katere družbene medije uporabljaš?

M: Facebook, Snap Chat, Instagram, Twitter

S: Zakaj uporabljaš te določene medije...če mi lahko za vsakega posebej poveš?

M: Recimo za Facebook zato, da se sem v kontaktu z ljudmi, da debatiramo pa zato, da spremljam ljudi (smeh). Instagram za objavljanje slik in gledanje slik. Snap Chat isto za komuniciranje in ja za zafrkavanje (smeh) in Twitter za spremljanje teh znanih osebnosti

S: Koliko časa dnevno približno uporabljaš družbene medije?

M: Glede na to, da imam vse na mobitelu je to kar precej na dan...po moje kakšne 4 ure vse skupaj čez dan

S: Dnevno, vsak dan?

M: Ja, ja

S: V katerem časovnem razponu dneva največ uporabljaš izbrani medij? Zjutraj, zvečer, popoldan?

M: Dopoldne po navadi

S: Torej do 12 ure?

M: Ja

S: Kaj te pri uporabi teh družbenih medijev najbolj pritegne?

M: Amm v bistvu ravno to, da lahko komuniciram z ostalimi ljudmi, da lahko spremljam ljudi kaj se dogaja z njimi in to je to

S: Katere ostale medije še spremljaš? Recimo TV, radio, časopis, kaj drugega?

M: 24 ur na televiziji in na internetu, revijo Cosmopolitan pa kakšne nanizanke na TV

S: Kdaj zaznaš oglasna sporočila? Recimo na internetu...kadar ti utripa na ekranu, kadar se ti pokaže veliko okno z oglasom, kadar se večkrat pokaže isto...kdaj ga zaznaš?

M: Kadar se pokaže med besedilom po navadi, večinoma takrat

S: In kaj te najbolj pritegne k ogledu oglasa določene storitve? Recimo velikost oglasa, barve, znana osebnost?

M: Večinoma vsebina oglasa, za kaj se gre...če se gre za modo prej kliknem gor. Drugače pa veličina oglasa in barva

S: Kje običajno iščeš informacije o storitvah, ki te zanimajo?

M: Na spletu...ja večinoma na spletu

S: Si se kdaj pozanimala pri samih ponudnikih storitev? Na njihovih spletnih straneh?

M: Ja, po navadi ja...vedno, če hočem kaj kupiti grem pogledat na njihovo spletno stran

S: Kdo ali kaj bi lahko vplival/o na tvojo odločitev o nakupu določene storitve? Recimo s kom se posvetuješ...s starši, prijatelji?

M: S starši, prijatelji, znanci...mogoče od znancev znanci, če koga poznajo, ki že dela v tem podjetju ali pa ima več izkušenj

S: In v kolikšni meri po posvetu še iščeš dodatne informacije o tem?

M: Ma ne vem, niti ne iščem naprej...mogoče vsake toliko

S: Kaj bi te še dodatno prepričalo o nakupu določene storitve po pridobljenih informacijah?
Recimo razne ugodnosti ob nakupu, različni vrednostni boni, kaj bi te prepričalo še dodatno?

M: Vrednostni boni pa kakšne nizke cene, predvsem dobra kvaliteta in to je večinoma to

S: Ok, hvala Maja

M: Hvala, ciao

3. INTERVJU OPRAVLJEN 28.5.2016 OB 13.00 : VALENTINA SPRAŠUJE: SARA

S: Ime Valentina, spol ženski, starost?

V: 26 let

S: Izobrazba?

V: Turistični tehnik

S: Kdaj si končala šolanje?

V: 2008

S: Sedanji status?

V: Zaposlena

S: Katere vrste zdravstvenih zavarovanj poznaš?

V: Osnovno in dodatno (v mislih je imela dopolnilno...se razbere kasneje iz odgovorov)

S: Ali ločiš razliko med dopolnilnim in dodatnim zdravstvenim zavarovanjem?

V: Ja

S: Si dopolnilno zdravstveno zavarovana?

V: Ja

S: Pri kateri zdravstveni zavarovalnici si dopolnilno zdravstveno zavarovana?

V: Vzajemna

S: Kdaj si sklenila dopolnilno zdravstveno zavarovanje?

V: Ob zaključku šolanja

S: Torej 2008?

V: Ne, jaz sem imela še status, ker sem študirala oz. faks morem še dokončat. Medtem sem se zaposlila, zavarovanje sem sklenila 2013, ko sem se zaposlila.

S: Kje si sklenila dopolnilno zdravstveno zavarovanje?

V: Na zavarovalnici

S: Kako si ga sklenila? Sama, starši?

V: Sama sem ga sklenila

S: Si se pred sklenitvijo dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja pozanimala o zavarovalnici?

V: Ne

S: Zakaj se pa nisi?

V: Sem odšla na zavarovalnico in ona (zaposlena na zavarovalnici) mi je vse razložila kaj imajo in sem rekla ok

S: Kdo ali kaj je vplival/o na tvojo odločitev o izbiri zavarovalnice?

V: Zavarovalni zastopnik, tam se bila in mi je ponudila še druge opcije

S: Kateri dejavniki so najbolj vplivali na izbiro zavarovalnice?

V: Cena, še najbolj

S: Si imela kdaj težave z izbrano zavarovalnico?

V: Ne, bom pa prekinila sedaj tisto kar še zraven dodatno plačujem kot dodatno zavarovanje

S: Si že kdaj zamenjala zavarovalnico?

V: Ne

S: Si razmišljala o tem da bi zamenjala ponudnika oz. zavarovalnico?

V: Ja

S: K kateri zavarovalnici bi pa šla?

V: Ne vem, bi se morala še pozanimati...kolegica dela za enega posrednika kjer ti vse izračunajo in potem se odločiš kje se zavaruješ. Če bo cena Triglava najbolj ugodna bom šla k njim, če ne pa drugam

S: Katere ugodnosti bi te pritegnile, da bi razmislila o zamenjavi ponudnika dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja?

V: Najbolj cena, kaj bo cenovno najbolj ugodno pa recimo kakšni boni zraven. Vzajemna vem, da je zdaj imela en bon zraven za 25 eur v Sparu, to je moja mama sedaj dobila.

S: Se ti zdi smiselno imeti vsa zavarovanja urejena pri eni zavarovalnici? Avto, hiša, zdravstveno?

V: Ja, če ima posledično ta zavarovalnica največ ugodnosti...drugače pa ne. Je potem boljše ločiti, če prideš cenovno boljše skozi.

S: Ok, hvala

V: Prosim

4. INTERVJU OPRAVLJEN 28.5.2016 OB 15.30 : AL SPRAŠUJE: SARA

S: Ime Al, spol moški, starost?

A: 27 let

S: Izobrazba?

A: Računalniški informatik, dodiplomski študij

S: Kdaj si končal šolanje?

A: 2011

S: Sedanji status?

A: Zaposlen

S: Katere vrste zdravstvenih zavarovanj poznaš?

A: Osnovno, dodatno, za bolezni, nezgodno

S: Ali ločiš razliko med dopolnilnim in dodatnim zdravstvenim zavarovanjem?

A: Ne

S: Dopolnilno zdravstveno zavarovanje krije razliko ali del razlike stroškov do polne vrednosti zdravstvene storitve, ki ga obvezno zdravstveno zavarovanje ne krije. V praksi pomeni, da zavarovancem, ki imajo sklenjeno dopolnilno zdravstveno zavarovanje ni potrebno plačevati zdravstvenih storitev. Dopolnilno zdravstveno zavarovanje je le eno in je

zakonsko določeno. Vse zavarovalnice ponujajo isto dopolnilno zdravstveno zavarovanje. Dodatno zdravstveno zavarovanje pa krije stroške, ki niso sestavni del pravic iz obveznega zdravstvenega zavarovanja. Je zavarovanje za večji obseg ali dodatne pravice in se izvaja neodvisno od obveznega zdravstvenega zavarovanja. Dodatnih zdravstvenih zavarovanj je lahko več in so razdeljene v različne sklope. Si dopolnilno zdravstveno zavarovan?

A: Mislim, da ja (smeh)

S: Si zavarovan, ker imaš 27. let in si tudi že zaposlen. Pri kateri zdravstveno zavarovalnici si dopolnilno zdravstveno zavarovan?

A: Pri Vzajemni

S: Kdaj si sklenil dopolnilno zdravstveno zavarovanje?

A: Ko sem se zaposlil

S: Koliko let si imel, ko si se zaposlil?

A: 24 let

S: Kje si sklenil dopolnilno zdravstveno zavarovanje?

A: Na zavarovalnici

S: Kako si ga sklenil dopolnilno zdravstveno zavarovanje? Sam, starši?

A: Sam

S: Si se pred sklenitvijo dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja pozanimal o zavarovalnici?

A: Ne

S: Zakaj se pa nisi?

A: Ker so se mi zdele vse iste in pač plačaš in je to to

S: In kako si dobil informacijo za Vzajemno?

A: Ne vem, slučajno...starši so v bistvu tam zavarovani

S: Kdo ali kaj je vplival/o na tvojo odločitev o izbiri zavarovalnice?

A: Starši. Sedaj bom sicer šel na kolektivno zavarovanje preko firme, sicer spet Vzajemna, ker imajo to zavarovalnico v firmi in posledično bom malo ceneje. Drugače pa mogoče še kakšno priporočilo prijatelja

S: Kateri dejavniki so najbolj vplivali na izbiro zavarovalnice?

A: Cena

S: Si imel kdaj težave z izbrano zavarovalnico?

A: Ne

S: Si že kdaj zamenjal zavarovalnico?

A: Ne

S: Si razmišljal o tem da bi zamenjal ponudnika oz. zavarovalnico?

A: Ne

S: Katere ugodnosti bi te pritegnile, da bi razmislil o zamenjavi ponudnika dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja?

A: Nižja mesečna cena pa mogoče kakšni boni

S: Se ti zdi smiselno imeti vsa zavarovanja urejena pri eni zavarovalnici?

A: Niti ne

S: Ok, hvala Al

A: Prosim

5. INTERVJU OPRAVLJEN 28.5.2016 OB 16.00 : POLONA SPRAŠUJE: SARA

S: Ime Polona, spol ženski, starost?

P: 24 let

S: Izobrazba?

P: Gimnazijska maturantka

S: Kdaj si končala šolanje?

P: 2011

S: Sedanji status?

P: Absolventka študija pedagogika in andragogika, dodiplomski študij

S: Katere vrste zdravstvenih zavarovanj poznaš?

P: Osnovno, dopolnilno, v tujini, evropsko v tujini, nezgodno

S: Ali ločiš razliko med dopolnilnim in dodatnim zdravstvenim zavarovanjem?

P: Ne

S: Dopolnilno zdravstveno zavarovanje krije razliko ali del razlike stroškov do polne vrednosti zdravstvene storitve, ki ga obvezno zdravstveno zavarovanje ne krije. V praksi pomeni, da zavarovancem, ki imajo sklenjeno dopolnilno zdravstveno zavarovanje ni potrebno plačevati zdravstvenih storitev. Dopolnilno zdravstveno zavarovanje je le eno in je zakonsko določeno. Vse zavarovalnice ponujajo isto dopolnilno zdravstveno zavarovanje. Dodatno zdravstveno zavarovanje pa krije stroške, ki niso sestavni del pravic iz obveznega zdravstvenega zavarovanja. Je zavarovanje za večji obseg ali dodatne pravice in se izvaja neodvisno od obveznega zdravstvenega zavarovanja. Dodatnih zdravstvenih zavarovanj je lahko več in so razdeljene v različne sklope. Si dopolnilno zdravstveno zavarovana?

P: Ne

S: Si verjetno še preko staršev zavarovana, ker študiraš?

P: Ja

S: Nisi bila prav prepričana kaj je dodatno in dopolnilno...tako, da te bo vprašala tretji sklop vprašanj...

P: Ok, bi ti pa povedala eno izkušnjo z zavarovalnico. Sem bila kratek čas (dva meseca) brez statusa in sem šla na Vzajemno in sem dobila za nazaj za plačat. Agent me je nategnil in mi je prodal en paket, ki bi mi začel veljati šele čez tri mesece, ko bi bila jaz pa že študentka. Sem povedala doma in moj oče se je razjezil in je poklical in so potem v bistvu zamrznili zavarovanje, so mi vrnili denar, ki sem ga plačala in ko končam študij se bo to zavarovanje »odmrznilo« in bom pri njih za tri leta. Tako, da ja...nisem vedela da so nekateri tako pokvarjeni.

S: V bistvu bi te lahko oboje vprašala...in o dopolnilnem zdravstvenem zavarovanju in o medijih, ki jih uporabljaš. Te bom kar oboje, ker nisi zavarovana vendar si že imela izkušnjo s tem in si seznanjena kaj to je. Torej...kje se lahko po tvojem mnenju sklene dopolnilno zdravstveno zavarovanje? Recimo preko zavarovalnice, zastopnika?

P: Preko zavarovalnice

S: Kako bi lahko sklenila dopolnilno zdravstveno zavarovanje?

P: Sama. Pa verjetno lahko tudi starši, če se ne motim

S: Kdaj se lahko sklene dopolnilno zdravstveno zavarovanje?

P: Ko končaš šolanje in ko se zaposliš verjetno

S: Bi se pred sklenitvijo dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja pozanimala o zavarovalnici in kje bi iskala informacije?

P: Definitivno ja, in zdaj bi vse vprašala kar je možno. Po moje bi vprašala starše za nasvet in druge prijatelje. Nebi šla toliko brat po internetu in forumih.

S: Kdo ali kaj bi pa lahko vplival/o na tvojo odločitev o izbiri zavarovalnice?

P: Cena, pogoji sklenitve in kakšna druga zavarovanja še ponujajo zraven

S: Katere ugodnosti bi te pritegnile, da bi razmislila o sklenitvi dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja pri posameznem ponudniku?

P: Razne dodatne ugodnosti pri drugih zavarovanjih, cena, boni

S: Ali se ti zdi smiselno imeti vsa zavarovanja urejena pri eni sami zavarovalnici?

P: Ja, manj papirjev

S: Ok. No zdej pa glede na to, da si ciljna skupina ti bom zastavila še par vprašanj v zvezi z družbenimi mediji. Katere družbene medije uporabljaš?

P: Facebook

S: Zakaj uporabljaš Facebook?

P: Lažje komuniciranje s prijatelji in za informiranje o dogodkih

S: Koliko časa dnevno približno uporabljaš družbene medije?

P: Kar dosti...tudi ko kaj drugega počnem imam odprto zraven še to...recimo 3 ure na dan

S: V katerem časovnem razponu dneva največ uporabljaš izbrani medij? Zjutraj, zvečer?

P: Zvečer največ

S: Kaj te pri uporabi družbenega medija najbolj pritegne?

P: Praktičnost in sem v stiku z ljudmi

S: Katere ostale medije še uporabljaš?

P: TV pa radio

S: Kdaj zaznaš oglasna sporočila? Kadar recimo utripajo na ekranu?

P: Opazim ja, samo znorim ko se mi to prikazuje in nikoli ne kliknem na te reklame

S: Ok, kaj bi te pa pritegnilo, da si ogledaš tak oglas? Velikost, barva, znana oseba?

P: Še najbolj verjetno, dober naslov pa mogoče barva...še najbolj naslov. Ker če te nekaj zanima boš kliknil

S: Kje običajno iščeš informacije o storitvah, ki te zanimajo?

P: Internet

S: Si se kdaj pozanimala pri samih ponudnikih storitev? Na njihovih spletnih straneh?

P: Ja, ker na podlagi spletne strani lahko tudi vidiš koliko je resna firma

S: Kdo ali kaj bi lahko vplival/o na tvojo odločitev o nakupu določene storitve?

P: Starši in prijatelji

S: V kolikšni meri po posvetu še iščeš dodatne informacije?

P: Vedno še malo pogledam in se pozanimam še kje

S: Kaj bi te še dodatno prepričalo o nakupu določene storitve po pridobljenih informacijah?

P: Mogoče ugodnost ob nakupu ali pa popust in kakšni boni, ki jih res potrebuješ. Ne pa kakšne neumnosti od bonov, moj oče je recimo alergičen na to. (smeh)

S: Ok, hvala Polona

P: Prosim

6. INTERVJU OPRAVLJEN 28.5.2016 OB 18.00 : TADEJ SPRAŠUJE: SARA

S: Ime Tadej, spol moški, starost?

T: 25 let

S: Izobrazba?

T: Ekonomist, 6.stopnja, dodiplomski študij

S: Kdaj si končal šolanje?

T: 2014

S: Sedanji status?

T: Zaposlen

S: Katere vrste zdravstvenih zavarovanj poznaš?

T: Osnovno, dopolnilno in dodatno

S: Ali ločiš razliko med dopolnilnim in dodatnim zdravstvenim zavarovanjem?

T: Niti ne, Dodatno je neki višje...dopolnilno pa dopolnjuje osnovno zdravstveno zavarovanje

S: Tako ja. Dopolnilno zdravstveno zavarovanje krije razliko ali del razlike stroškov do polne vrednosti zdravstvene storitve, ki ga obvezno zdravstveno zavarovanje ne krije. V praksi pomeni, da zavarovancem, ki imajo sklenjeno dopolnilno zdravstveno zavarovanje ni potrebno plačevati zdravstvenih storitev. Dopolnilno zdravstveno zavarovanje je le eno in je zakonsko določeno. Vse zavarovalnice ponujajo isto dopolnilno zdravstveno zavarovanje. Dodatno zdravstveno zavarovanje pa krije stroške, ki niso sestavni del pravic iz obveznega zdravstvenega zavarovanja. Je zavarovanje za večji obseg ali dodatne pravice in se izvaja neodvisno od obveznega zdravstvenega zavarovanja. Dodatnih zdravstvenih zavarovanj je lahko več in so razdeljene v različne sklope. Si dopolnilno zdravstveno zavarovan?

T: Ja

S: Pri kateri zavarovalnici si dopolnilno zdravstveno zavarovan?

T: Pri Triglav Zdravstveni

S: Kdaj si sklenil dopolnilno zdravstveno zavarovanje?

T: Ob zaključku šolanja

S: Kje si sklenil dopolnilno zdravstveno zavarovanje?

T: Na zavarovalnici

S: Kako si sklenil dopolnilno zdravstveno zavarovanje? Sam, starši?

T: Sam

S: Si se pred sklenitvijo dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja pozanimal o zavarovalnici?

T: Ja

S: Kje si dobil potrebne informacije o ponudnikih dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja?

T: Pobrskal sem na internetu kdo so ponudniki, nekaj sem zvedel tudi od staršev in pol sem pač primerjal...starši so tudi na Triglav Zdravstveni zavarovani.

S: Kdo ali kaj je vplival/o na tvojo odločitev o izbiri zavarovalnice?

T: Starši, kje so zavarovani

S: Kateri dejavniki so najbolj vplivali na izbiro zavarovalnice?

T: Cena in ugled zavarovalnice

S: Si imel kdaj težave z izbrano zavarovalnico?

T: Ne

S: Si že kdaj zamenjal zavarovalnico?

T: Ne

S: Si razmišljal o tem da bi zamenjal ponudnika oz. zavarovalnico?

T: Ne

S: Katere ugodnosti bi te pritegnile, da bi razmislil o zamenjavi ponudnika dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja?

T: Mogoče kakšni paketi, kjer zraven dobiš recimo še avtomobilsko zavarovanje ali pa življenjsko zavarovanje in pa kakšen popust in bon za vinjeto ali pa za kakšno trgovino Spar recimo

S: Se ti zdi smiselno imeti vsa zavarovanja urejena pri eni zavarovalnici?

T: Ja, če ti s tem ponudijo dodatne ugodnosti potem ja...če je cenovno ugodno

S: Ok to je to, hvala

T: Prosim

7. INTERVJU OPRAVLJEN 29.5.2016 OB 10.00 : DANIJELA SPRAŠUJE: SARA

S: Ime Danijela, spol ženski, starost?

D: 25 let

S: Izobrazba?

D: Ekonomski tehnik

S: Kdaj si končala šolanje?

D: 2008

S: Sedanji status?

D: Brezposelna na zavodu...in porodniška

S: Katere vrste zdravstvenih zavarovanj poznaš?

D: Osnovno in dodatno

S: Ali ločiš razliko med dopolnilnim in dodatnim zdravstvenim zavarovanjem?

D: Ne

S: Dopolnilno zdravstveno zavarovanje krije razliko ali del razlike stroškov do polne vrednosti zdravstvene storitve, ki ga obvezno zdravstveno zavarovanje ne krije. V praksi pomeni, da zavarovancem, ki imajo sklenjeno dopolnilno zdravstveno zavarovanje ni potrebno plačevati zdravstvenih storitev. Dopolnilno zdravstveno zavarovanje je le eno in je zakonsko določeno. Vse zavarovalnice ponujajo isto dopolnilno zdravstveno zavarovanje.

Dodatno zdravstveno zavarovanje pa krije stroške, ki niso sestavni del pravic iz obveznega zdravstvenega zavarovanja. Je zavarovanje za večji obseg ali dodatne pravice in se izvaja neodvisno od obveznega zdravstvenega zavarovanja. Dodatnih zdravstvenih zavarovanj je lahko več in so razdeljene v različne sklope. Si dopolnilno zdravstveno zavarovana?

D: Ja

S: Pri kateri zavarovalnici si dopolnilno zdravstveno zavarovana?

D: Pri Adriatic Slovenici

S: Kdaj si sklenila dopolnilno zdravstveno zavarovanje?

D: Ko sem se zaposlila, ko sem imela 22 let

S: Kje si sklenila dopolnilno zdravstveno zavarovanje?

D: Na zavarovalnici

S: Kako si sklenila dopolnilno zdravstveno zavarovanje? Sama, starši?

D: Fant je sklenil zame

S: Si mu dala kakšno potrdilo oz. pooblastilo, da je lahko sklenil v tvojem imenu?

D: Ne, ker imamo znanca na zavarovalnici in je on naredil vse zame

S: Si se pred sklenitvijo dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja pozanimala o zavarovalnici?

D: Ne

S: Zakaj se nisi pozanimala?

D: Ker je fant bil tam zavarovan pa sem se pol še jaz isto kot on

S: Kdo ali kaj je vplival/o na tvojo odločitev o izbiri zavarovalnice?

D: Fant in znanec

S: Kateri dejavniki so najbolj vplivali na izbiro zavarovalnice?

D: Cena

S: Si imela kdaj težave z izbrano zavarovalnico?

D: Ne

S: Si že kdaj zamenjala zavarovalnico?

D: Ne

S: Si razmišljala o tem da bi zamenjala ponudnika oz. zavarovalnico?

D: Ne

S: Katere ugodnosti bi te pritegnile, da bi razmislila o zamenjavi ponudnika dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja?

D: Če bi bila kaj bolj nižja cena, edino to

S: Se ti zdi smiselno imeti vsa zavarovanja urejena pri eni zavarovalnici?

D: Ja, če s tem posledično dobiš kakšno ugodnost

S: Ok hvala Danijela to je to

D: Prosim

8. INTERVJU OPRAVLJEN 29.5.2016 OB 12.00 : MOJCA SPRAŠUJE: SARA

S: Ime Mojca, spol ženski, starost?

M: 26 let

S: Izobrazba?

M: Diplomirana ekonomistka

S: Kdaj si končala šolanje?

M: 2014

S: Sedanji status?

M: Zaposlena

S: Katere vrste zdravstvenih zavarovanj poznaš?

M: Dopolnilno, Dodatno in Osnovno

S: Ali ločiš razliko med dopolnilnim in dodatnim zdravstvenim zavarovanjem?

M: Ja, dopolnilno skupaj z osnovnim oblikuje celovito zdravstveno zavarovanje za zdravnika..da ne rabim doplačevati. Dodatno pa je recimo kakšna dodatna ugodnost

S: Ja, tako je. Si dopolnilno zdravstveno zavarovana?

M: Ja

S: Pri kateri zavarovalnici si dopolnilno zdravstveno zavarovana?

M: Pri Vzajemni

S: Kdaj si sklenila dopolnilno zdravstveno zavarovanje?

M: Ob dopolnitvi 26.leta

S: Kje si sklenila dopolnilno zdravstveno zavarovanje?

M: Na zavarovalnici sem vse uredila

S: Kako si sklenila dopolnilno zdravstveno zavarovanje? Sama, starši?

M: Sama

S: Si se pred sklenitvijo dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja pozanimala o zavarovalnici?

M: Ne nisem, ker so si glede cene več ali manj zelo podobni

S: Če se nisi pozanimala potem kako to, da si se odločila ravno za Vzajemno? Kateri dejavniki so najbolj vplivali na izbiro zavarovalnice?

M: V bistvu vse na enem mestu, da se lahko zavarujem

S: Kdo ali kaj je vplivalo/o na odločitev o izbiri zavarovalnice?

M: Vse na istem mestu

S: Si imela kdaj težave z izbrano zavarovalnico?

M: Ne

S: Si že kdaj zamenjala zavarovalnico?

M: Ne

S: Si razmišljala o tem, da bi zamenjala ponudnika oz. zavarovalnico?

M: Ne

S: Katere ugodnosti bi te pritegnile, da bi razmislila o zamenjavi ponudnika dopolnilnega zdravstvenega zavarovanja?

M: Da bi bila občutna razlika v ceni in iste ugodnosti kot jih Vzajemna ponuja...recimo kaj takega

S: Se ti zdi smiselno imeti vsa zavarovanja urejena pri eni zavarovalnici?

M: Ja, če s tem posledično dobiš kakšno ugodnost in da cene med zavarovalnicami niso bistveno drugačne. Če bi pa katera zavarovalnica ponudila nižjo ceno pa bi se raje tam zavarovala in nebi vsega imela pri isti zavarovalnici

S: Ok hvala

M: Prosim

PRILOGA 3: Spletni anketni vprašalnik

DEJAVNIKI IZBIRE ZDRAVSTVENEGA ZAVAROVANJA MED MLADIMI V SLOVENIJI
--

Kratko ime ankete: ZDRAVSTVENO
ZAVAROVANJE IN MLADI
Dolgo ime ankete: DEJAVNIKI IZBIRE
ZDRAVSTVENEGA ZAVAROVANJA MED
MLADIMI V SLOVENIJI

Število vprašanj: 41

Anketa je zaključena.

Aktivna od: 09.06.2016

Aktivna do: 09.09.2016

Avtor: sara hočevar

Spreminjal: sara hočevar

Dne: 31.05.2016

Dne: 11.09.2016

Opis:

Moje ime je Sara Hočevar in sem absolventka podiplomskega študija, program Trženje na Ekonomski fakulteti v Ljubljani. Prosila bi za 7 minut Vašega časa pri reševanju spodnje ankete. Omenjena anketa je anonimna in mi bo v veliko pomoč pri pisanju magistrske naloge z naslovom Dejavniki izbire zdravstvenega zavarovanja med mladimi v Sloveniji.

Q1 - Za lažje razumevanje in reševanje ankete prosim preberite spodnji odstavek: DOPOLNILNO ZDRAVSTVENO ZAVAROVANJE krije razliko ali del razlike stroškov do polne vrednosti zdravstvene storitve, ki ga obvezno zdravstveno zavarovanje ne krije. V praksi to pomeni, da tistim, ki imajo sklenjeno zavarovanje ni potrebno plačevati zdravstvenih storitev. **Dopolnilno zdravstveno zavarovanje je le eno in je zakonsko določeno (vse zavarovalnice ponujajo isto dopolnilno zdravstveno zavarovanje).** Dopolnilno zdravstveno zavarovanje imamo v Sloveniji sklenjeno skoraj vsi (sami oz. preko staršev) **DODATNO ZDRAVSTVENO ZAVAROVANJE** krije stroške oz. del stroškov zdravstvenih storitev, ki niso sestavni del pravic iz obveznega zdravstvenega zavarovanja. Dodatno zdravstveno zavarovanje je zavarovanje za večji obseg ali dodatne pravice. **Dodatnih zdravstvenih zavarovanj je lahko več in so razdeljene v različne sklope (npr. zdraviliško zdravljenje, zavarovanje zdravil, zavarovanje medicinsko tehničnih pripomočkov).** Poenostavljeno: OSNOVNO + DOPOLNILNO ZDR. ZAVAROVANJE = 100% vrednost zdravstvene storitve v državnih zdravstvenih ustanovah **DODATNO ZDR. ZAVAROVANJE** = ločeno od osnovnega zdravstvenega zavarovanja in ima oznako nadstandardnega zdravstvenega zavarovanja (npr. zdraviliško zdravljenje, zavarovanje zdravil itd.)

IF (1) (Demografija)

XSPOL - OZNAČITE SVOJ SPOL:

- MOŠKI
 ŽENSKI

IF (1) (Demografija)

Q2 - NAVEDITE VAŠO DOPOLNJENO STAROST (V LETIH):

IF (1) (Demografija)

XDS2a4 - KAKŠEN JE VAŠ TRENUTNI STATUS?

- DIJAK
- ŠTUDENT/KA S STATUSOM
- ŠTUDENT/KA BREZ STATUSA
- ZAPOSLEN/A
- BREZPOSELNI
- UPOKOJENEC
- DRUGO, PROSIM NAVEDITE, KAJ:

IF (1) (Demografija)

XIZ1a2 - KAKŠNA JE VAŠA TRENUTNO NAJVIŠJA DOSEŽENA FORMALNA STOPNJA IZOBRAZBE?

- NEDOKONČANA OSNOVNA ŠOLA
- KONČANA OSNOVNA ŠOLA
- POKLICNA ŠOLA
- SREDNJA ŠOLA
- VIŠJA ALI VISOKA ŠOLA
- UNIVERZITETNA IZOBRAZBA
- MAGISTERIJ
- DOKTORAT

IF (1) (Demografija)

XLOKACREGk - V KATERI REGIJI PREBIVATE?

Statistične regije Slovenije

- GORENJSKA REGIJA
- GORIŠKA REGIJA
- OBALNO-KRAŠKA REGIJA
- NOTRANJSKO-KRAŠKA REGIJA
- OSREDNJESLOVENSKA REGIJA
- ZASAVSKA REGIJA
- JUGOVZHODNA REGIJA
- SPODNJEPOSAVSKA REGIJA
- SAVINJSKA REGIJA
- KOROŠKA REGIJA
- PODRAVSKA REGIJA
- POMURSKA REGIJA

Q3 - KATERE VRSTE ZDRAVSTVENIH ZAVAROVANJ POZNATE?

Q4 - STE DOPOLNILNO ZDRAVSTVENO ZAVAROVANI?

- NE, PROSIM POJASNITE, ZAKAJ:
 DA, PROSIM POJASNITE, ZAKAJ:

IF (2) Q4 = [2] (DA)

Q5 - PRI KATERI ZAVAROVALNICI STE DOPOLNILNO ZDRAVSTVENO ZAVAROVANI?

- ADRIATIC SLOVENICA D.D.
 TRIGLAV, ZDRAVSTVENA ZAVAROVALNICA D.D.
 VZAJEMNA D.N.O.

IF (2) Q4 = [2] (DA)

Q6 - KDAJSTE SKLENILI DOPOLNILNO ZDRAVSTVENO ZAVAROVANJE?

- OB ZAKLJUČKU FORMALNEGA IZOBRAŽEVANJA
 OBPREKINITVI FORMALNEGA IZOBRAŽEVANJA (PAVZIRANJE)
 OB SKLENITVI DELOVNEGA RAZMERJA
 OBDOPOLNITVI 26. LETA STAROSTI

IF (2) Q4 = [2] (DA)

Q7 - KJE STE SKLENILI DOPOLNILNO ZDRAVSTVENO ZAVAROVANJE?

- PRIZAVAROVALNICI OZIROMA PREKO ZASTOPNIKA
 PREKOINTERNETA
 PRI DELODAJALCU OB ZAPOSLOTVI
 DRUGO, PROSIM NAVEDITE, KAJ:

IF (2) Q4 = [2] (DA)

Q8 - KAKO STE SKLENILI DOPOLNILNO ZDRAVSTVENO ZAVAROVANJE?

- SKLENIL/A SEM GA SAM/A
 STARŠISO SKLENILI ZAVAROVANJE V MOJEM IMENU
 PRIJATELJ/ICAJE SKLENIL/A ZAVAROVANJE V MOJEM IMENU
 PARTNER/KA GA JE SKLENIL/A V MOJEM IMENU
 DRUGO, PROSIM NAVEDITE, KAJ:

IF (2) Q4 = [2] (DA)

Q9 - STE SE PRED SKLENITVIJO DOPOLNILNEGA ZDRAVSTVENEGA ZAVAROVANJAPOZANIMALI O RAZLIČNIHPONUDNIKIH (ZAVAROVALNICA)?

- NE, PROSIM POJASNITE, ZAKAJ:
 DA, PROSIM POJASNITE, ZAKAJ:

IF (2) Q4 = [2] (DA)

IF (3) Q9 = [1] (NE)

Q10 - ZAKAJ SE NISTE POZANIMALI O RAZLIČNIH PONUDNIKIH?

Možnih je več odgovorov

- KER SOVSE CENE (PREMIJE) PRIBLIŽNO ENAKE
 KER NI VELIKE RAZLIKE MED PONUDNIKI
 DRUGO, PROSIM NAVEDITE, KAJ:

IF (2) Q4 = [2] (DA)

IF (4) Q9 = [2] (DA)

**Q11 - KJE STE DOBILI POTREBNE INFORMACIJE O RAZLIČNIH PONUDNIKI
DOPOLNILNIH ZDRAVSTVENIH ZAVAROVANJ (ZAVAROVALNICAH)?**

Možnih je več odgovorov

- NA SPLETNI STRANI ZAVAROVALNICE
- NA SPLETNIH FORUMIH
- NA DRUŽBENIH MEDIJIH
- OSEBNO PRI PONUDNIKI DOPOLNILNIH ZDRAVSTVENIH ZAVAROVANJ
- PRI STARŠIH
- PRI PRIJATELJIH
- PRI DELODAJALCU
- IZ PROMOCIJSKIH MATERIALOV (NA PRIMER LETAKOV)
- DRUGO, PROSIM NAVEDITE, KAJ:

IF (2) Q4 = [2] (DA)

Q12 - KDO JE VPLIVAL NA ODLOČITEV O IZBIRI ZAVAROVALNICE?

Možnih je več odgovorov

- SAM/ASEM SE ODLOČIL/A
- STARŠI
- PRIJATELJI
- OGLAS
- DELODAJALEC
- PARTNER/KA
- DRUGO, PROSIM NAVEDITE, KAJ:

IF (2) Q4 = [2] (DA)

**Q13 - PO POMEMBOSTI RAZVRSTITE DEJAVNIKE, KI SO VPLIVALI NA VAŠO IZBIRO
ZAVAROVALNICE:**

	SPLOH NI	NI POMEMBEN	NITI NEPOMEMBEN	POMEMBEN DEJAVNIK	ZELO POMEMBEN DEJAVNIK
CENA	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
DODATNE UGODNOSTI	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
PRIPOROČILA PRIJATELJEV	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
PRIPOROČILA STARŠEV	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
PRIPOROČILA DELODAJALCA	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
VSE NA ENEM MESTU ZAVAROVANO	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
UGLED ZAVAROVALNICE	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
DRUGO, PROSIM NAVEDITE, KAJ:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

IF (2) Q4 = [2] (DA)

Q14 - STE KDAJ ŽE IMELI KAKŠNE TEŽAVE Z IZBRANO ZAVAROVALNICO?

- NE
- DA, PROSIM NAVEDITE, ZA KAKŠNE TEŽAVE JE ŠLO:

IF (2) Q4 = [2] (DA)

Q15 - STE KDAJ ŽE ZAMENJALI ZAVAROVALNICO?

- NE
- DA, PROSIM NAVEDITE, ZAKAJ:

IF (2) Q4 = [2] (DA)

Q16 - STE KDAJ RAZMIŠLJALI O ZAMENJAVI PONUDNIKA DOPOLNILNEGA ZDRAVSTVENEGA ZAVAROVANJA (ZAVAROVALNICE)?

- NE
- DA, PROSIM NAVEDITE, ZAKAJ:

IF (2) Q4 = [2] (DA)

Q17 - KATERE UGODNOSTI BI VAS PRITEGNILE, DA BI RAZMISLILI O ZAMENJAVI PONUDNIKA DOPOLNILNEGA ZDRAVSTVENGA ZAVAROVANJA (ZAVAROVALNICO)?

Možnih je več odgovorov

- VREDNOSTNI BON ZA ZAVAROVANJE (avto, hiša itd.)
- VREDNOSTNI BON ZA NAKUP V TRGOVINI MERCATOR/SPAR
- VREDNOSTNI BON ZA SPLETNO NAKUPOVANJE
- VREDNOSTNI BON ZA MOBILEGA OPERATERJA/ NAKUP TELEFONA
- VINJETA
- VREDNOSTNI BON ZA NAKUP VSTOPNIC PREK EVENTIM.SI
- DODATNE ZDRAVSTVENE STORITVE, KI MI JIH OMOGOČA ZAVAROVALNICA (na primer drugo mnenje, posvet z zdravnikom specialistom, pomoč pri iskanju zdravstvenih storitev itd.)
- DRUGO, PROSIM NAVEDITE, KAJ:

IF (5) Q4 = [1] (NE)

Q18 - KJE BI ŽELELI SKLENITI DOPOLNILNO ZDRAVSTVENO ZAVAROVANJE?

- PRIZAVAROVALNICI OZ. PREKO ZASTOPNIKA
- PREKO INTERNETA
- PRI DELODAJALCU OB ZAPOSLOTVI
- DRUGO, PROSIM NAVEDITE, KAJ:

IF (5) Q4 = [1] (NE)

Q19 - KAKO BI ŽELELI SKLENITI DOPOLNILNO ZDRAVSTVENO ZAVAROVANJE?

- SAM/A BI GA SKLENIL/A
- STARŠI BI LAHKO SKLENILI ZAVAROVANJE V MOJEM IMENU
- PRIJATELJ/ICA BI LAHKO SKLENIL/A ZAVAROVANJE V MOJEM IMENU
- PARTER/KA BI LAHKO SKLENILA ZAVAROVANJE V MOJEM IMENU
- DRUGO, PROSIM NAVEDITE, KAJ:

IF (5) Q4 = [1] (NE)

Q20 - KDAJ MISLITE, DA JE POTREBNO SKLENITI DOPOLNILNO ZDRAVSTVENO ZAVAROVANJE?

Možnih je več odgovorov

- OB ZAKLJUČKU FORMALNEGA IZOBRAŽEVANJA
- OB PREKINITVI FORMALNEGA IZOBRAŽEVANJA (PAVZIRANJE)
- OB SKLENITVI DELOVNEGA RAZMERJA
- OB DOPOLNITVI 26. LETA STAROSTI
- DRUGO, PROSIM NAVEDITE, KAJ:

IF (5) Q4 = [1] (NE)

Q21 - BI SE PRED SKLENITVIJO DOPOLNILNEGA ZDRAVSTVENEGA ZAVAROVANJA POZANIMALI O RAZLIČNIH PONUDNIKIH (ZAVAROVALNICAH)?

- NE, PROSIM NAVEDITE, ZAKAJ:
 DA, PROSIM NAVEDITE, ZAKAJ:

IF (5) Q4 = [1] (NE)

IF (6) Q21 = [1] (NE)

Q22 - ZAKAJ BI SE NE POZANIMALI O RAZLIČNIH PONUDNIKIH?

Možnih je več odgovorov

- KER SOVSE CENE (PREMIJE) PRIBLIŽNO ENAKE
 NIVELIKE RAZLIKE MED PONUDNIKI
 DRUGO, PROSIM NAVEDITE, KAJ:

IF (5) Q4 = [1] (NE)

IF (7) Q21 = [2] (DA)

Q23 - KJE BI SE PRED SKLENITVIJO ZAVAROVANJA POZANIMALI O ZAVAROVALNICI?

Možnih je več odgovorov

- NA SPLETNI STRANI ZAVAROVALNICE
 NA SPLETNIH FORUMIH
 NA DRUŽBENIH MEDIJIH
 OSEBNO PRI PONUDNIKIH DOPOLNILNIH ZDRAVSTVENIH ZAVAROVANJ
 PRI STARŠIH
 PRI PRIJATELJIH
 PRI DELODAJALCU
 IZ PROMOCIJSKIH MATERIALOV (NA PRIMER LETAKOV)
 DRUGO, PROSIM NAVEDITE, KAJ:

IF (5) Q4 = [1] (NE)

Q24 - KDO BI LAHKO VPLIVAL NA VAŠO ODLOČITEV O SKLENITVI DOPOLNILNEGA ZDRAVSTVENEGA ZAVAROVANJA PRI DOLOČENI ZAVAROVALNICI?

Možnih je več odgovorov

- SAM/A BI SE ODLOČIL/A
 STARŠI
 PRIJATELJI
 ZNANCI
 PARTNERKA
 DRUGE OSEBE, PROSIM NAVEDITE, KATERE:

IF (5) Q4 = [1] (NE)

Q25 - PO POMEMBNOSTI RAZVRSTITE DEJAVNIKE, KI BI VPLIVALI NA VAŠO IZBIRO ZAVAROVALNICE:

	SPLOH NI POMEM BEN DEJAV NIK	NI POMEM EBEN DEJAV NIK	NITI NEPOM EMBEN NITI POMEM BEN	JE POMEM BEN DEJAV NIK	JE ZELO POMEM BEN DEJAV NIK
CENA	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
DODATNE UGODNOSTI	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
PRIPOROČILA PRIJATELJEV	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
PRIPOROČILA STARŠEV	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
PRIPOROČILA DELODAJALCA	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
VSE NA ENEM MESTU ZAVAROVANO	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
UGLED ZAVAROVALNICE	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
DRUGO, PROSIM NAVEDITE, KAJ:	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

IF (5) Q4 = [1] (NE)

Q26 - KATERE UGODNOSTI BI VAS NAJBOLJ PRITEGNILE, DA BI RAZMISLILI OSKLENITVI DOPOLNILNEGA ZDRAVSTVEGA ZAVAROVANJA PRI POSAMEZNI ZAVAROVALNICI?

Možnih je več odgovorov

- VREDNOSTNIBON ZA ZAVAROVANJE (avto, hiša itd.)
- VREDNOSTNI BON ZA NAKUP V TRGOVINI MERCATOR/SPAR
- VREDNOSTNIBON ZA SPLETNO NAKUPOVANJE
- VREDNOSTNI BON ZA MOBILEGA OPERATERJA/ NAKUP TELEFONA
- VINJETA
- VREDNOSTNIBON ZA NAKUP VSTOPNIC PREK EVENTIM.SI
- DODATNE ZDRAVSTVENE STORITVE, KI MI JIH OMOGOČA ZAVAROVALNICA (na primer drugo mnenje, posvet z zdravnikom specialistom, pomoč pri iskanju zdravstvenih storitev itd.)
- DRUGO, PROSIM NAVEDITE, KAJ:

Q27 - KATERE DRUŽBENE MEDIJE UPORABLJATE?

Možnih je več odgovorov

- NE UPORABLJAM DRUŽBENIH MEDIJEV
- FACEBOOK
- SNAP CHAT
- INSTAGRAM
- TWITTER
- DRUGO, PROSIM NAVEDITE, KAJ:

IF (8) Q27 = [Q27b, Q27c, Q27d, Q27e, Q27f]

Q28 - ZAKAJ UPORABLJATE DRUŽBENE MEDIJE?

Možnih je več odgovorov

- DA SEM V KONTAKTU S PRIJATELJI
- DA SEM INFORMIRAN/A O DOGODKIH
- DA OBJAVLJAM SVOJE SLIKE
- DA SPREMLJAM SLAVNE LJUDI
- DA SLEDIM PRILJUBLJENIM BLAGOVNIM ZNAMKAM
- ZA DRUGE STVARI, PROSIM NAVEDITE, KATERE:

IF (8) Q27 = [Q27b, Q27c, Q27d, Q27e, Q27f]

Q29 - KOLIKO ČASA DNEVNO PRIBLIŽNO UPORABLJATE DRUŽBENE MEDIJE? (na običajen delavnik, brez praznikov in počitnic)

- NAJVEČ ENO URO
- NAJVEČ DVE URI
- NAJVEČ TRI URE
- NAJVEČ ŠTIRI URE
- VEČ KOT ŠTIRI URE

IF (8) Q27 = [Q27b, Q27c, Q27d, Q27e, Q27f]

Q30 - V KATEREM ČASOVNEM RAZPONU DNEVA NAJVEČ UPORABLJATE IZBRANI DRUŽBENI MEDIJ? (na običajen delavnik, brez praznikov in počitnic)

Možnih je več odgovorov

- ZJUTRAJ
- DOPOLDAN
- POPOLDAN
- ZVEČER
- PONOČI

Q31 - KATEREMEDIJE ŠE SPREMLJATE?

Možnih je več odgovorov

- TELEVIZIJO
- RADIO
- DNEVNE ČASOPISE
- REVIJE (moda, motociklizem, avtomobilizem, kuharstvo itd.)
- DRUGO, PROSIM NAVEDITE, KAJ:

Q32 - KJE OBIČAJNO IŠČETE INFORMACIJE O STORITVAH, KI VAS ZANIMAJO?

Možnih je več odgovorov

- PO INTERNETU
- V DNEVNEM ČASOPISJU IN REVIJAH
- PRI ZNANCIH
- DRUGO, PROSIM NAVEDITE, KAJ:

Q33 - SI KDAJ PREBERETE VSEBINO URADNE SPLETNE STRANI PONUDNIKA, KATERIH STORITEV VAS ZANIMA?

- VEDNO
- OBČASNO
- NIKOLI

Q34 - KDAJ ZAZNATE OGLASNA SPOROČILA PRI UPORABI INTERNETA?

Možnih je več odgovorov

- KO UTRIPAJO NA EKRANU
- KO SE PRIKAŽE VELIKO OKNO
- KO SE OGLAS POKAŽE MED BESEDILOM
- KO SE OGLAS VEČKRAT ZAPORED PRIKAŽE
- KO SEM PRISILJEN/A OGLASNO SPOROČILO IZKLOPITI
- DRUGO, PROSIM NAVEDITE, KAJ:

Q35 - KAJ VAS NAVADNO NAJBOLJ PRITEGNE K OGLEDU OGLASA DOLOČENE STORITVE?

Možnih je več odgovorov

- VSEBINA OGLASA
- NASLOV OGLASA
- VELIKOST OGLASA
- BARVE OGLASA
- ZNANA OSEBNOST NA OGLASU
- DRUGO, PROSIM NAVEDITE, KAJ:

Q36 - KAJ BI VAS NAJBOLJ PRITEGNILO K OGLEDU OGLASA O DOPOLNILNEM ZDRAVSTVENEM ZAVAROVANJU?

Možnih je več odgovorov

- VSEBINA OGLASA
- NASLOV OGLASA
- VELIKOST OGLASA
- BARVE OGLASA
- ZNANA OSEBNOST NA OGLASU
- DRUGO, PROSIM NAVEDITE, KAJ:

Q37 - ALI SE VAM ZDI SMISELNO IMETI VSE ZAVAROVANO PRI ENI ZAVAROVALNICI?

- NE, PROSIM POJASNITE, ZAKAJ:
- DA, PROSIM POJASNITE, ZAKAJ:

PRILOGA 4: Celotni odgovori na anketni vprašalnik (N=161)

ANALIZA

Sumarnik

XSPOL	OZNAČITE SVOJ SPOL:				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	1 (MOŠKI)	77	48%	48%	48%
	2 (ŽENSKI)	84	52%	52%	100%
Veljavni	Skupaj	161	100%	100%	

Povprečje	1.5	Std. Odklon	0.5
-----------	-----	-------------	-----

Q2	NAVEDITE VAŠO DOPOLNJENO STAROST (V LETIH):				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	40	1	1%	1%	1%
	43	1	1%	1%	1%
	44	1	1%	1%	2%
	45	1	1%	1%	2%
	47	1	1%	1%	3%
	48	1	1%	1%	4%
	27	1	1%	1%	4%
	19	2	1%	1%	6%
	20	5	3%	3%	9%
	21	7	4%	4%	13%
	22	4	2%	2%	16%
	23	11	7%	7%	22%
	24	12	7%	7%	30%
	25	6	4%	4%	34%
	26	27	17%	17%	50%
	27	20	12%	12%	63%
	28	16	10%	10%	73%
	29	10	6%	6%	79%
	37	1	1%	1%	80%
	30	6	4%	4%	83%
	31	2	1%	1%	84%

	32	8	5%	5%	89%
	33	4	2%	2%	92%
	34	1	1%	1%	93%
	35	4	2%	2%	95%
	36	5	3%	3%	98%
	37	1	1%	1%	99%
	38	1	1%	1%	99%
	39	1	1%	1%	100%
Veljavni	Skupaj	161	100%	100%	

XDS2a4 KAKŠEN JE VAŠ TRENUTNI STATUS?					
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	1 (DIJAK)	0	0%	0%	0%
	2 (ŠTUDENT/KA S STATUSOM)	57	35%	35%	35%
	3 (ŠTUDENT/KA BREZ STATUSA)	4	2%	2%	38%
	4 (ZAPOSLEN/A)	87	54%	54%	92%
	5 (BREZPOSELNI)	11	7%	7%	99%
	6 (UPOKOJENEC)	0	0%	0%	99%
	7 (DRUGO, PROSIM NAVEDITE, KAJ:)	2	1%	1%	100%
Veljavni	Skupaj	161	100%	100%	

Povprečje	3.4	Std. Odklon	1.1
-----------	-----	-------------	-----

XDS2a4_7 _text XDS2a4 (DRUGO, PROSIM NAVEDITE, KAJ:)					
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	studentka z statusom ki si sama placuje osnovno in dopolnilno zavarovanje	1	1%	50%	50%
	študent in zaposlen	1	1%	50%	100%
Veljavni	Skupaj	2	1%	100%	

XIZ1a2	KAKŠNA JE VAŠA TRENUTNO NAJVIŠJA DOSEŽENA FORMALNA STOPNJA IZOBRAZBE?				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	1 (NEDOKONČANA OSNOVNA ŠOLA)	0	0%	0%	0%
	2 (KONČANA OSNOVNA ŠOLA)	1	1%	1%	1%
	3 (POKLICNA ŠOLA)	2	1%	1%	2%
	4 (SREDNJA ŠOLA)	36	22%	22%	24%
	5 (VIŠJA ALI VISOKA ŠOLA)	31	19%	19%	43%
	6 (UNIVERZITETNA IZOBRAZBA)	78	48%	48%	92%
	7 (MAGISTERIJ)	13	8%	8%	100%
	8 (DOKTORAT)	0	0%	0%	100%
Veljavni	Skupaj	161	100%	100%	

Povprečje	5.4	Std. Odklon	1.0
-----------	-----	-------------	-----

XLOKAC REGk	V KATERI REGIJI PREBIVATE?				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	1 (GORENJSKA REGIJA)	9	6%	6%	6%
	2 (GORIŠKA REGIJA)	5	3%	3%	9%
	3 (OBALNO-KRAŠKA REGIJA)	59	37%	37%	45%
	4 (NOTRANJSKO-KRAŠKA REGIJA)	3	2%	2%	47%
	5 (OSREDNJESLOVENSKA REGIJA)	54	34%	34%	81%
	6 (ZASAVSKA REGIJA)	3	2%	2%	83%
	7 (JUGOVZHODNA REGIJA)	4	2%	2%	85%
	8 (SPODNJEPOSavska REGIJA)	4	2%	2%	88%
	9 (SAVINJSKA REGIJA)	6	4%	4%	91%
	10 (KOROŠKA REGIJA)	3	2%	2%	93%
	11 (PODRAVSka REGIJA)	9	6%	6%	99%
	12 (POMURSKA REGIJA)	2	1%	1%	100%
Veljavni	Skupaj	161	100%	100%	

Povprečje	4.7	Std. Odklon	2.6
-----------	-----	-------------	-----

Q3	KATERE VRSTE ZDRAVSTVENIH ZAVAROVANJ POZNATE?				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	obvezno, dopolnilno, za tujino (coris), zavarovanje kritičnih bolezni	1	1%	1%	1%
	obvezno in dodatno.	1	1%	1%	1%
	osnovno, dopolnilno, zdravstveno in življenjsko zavarovanje	1	1%	1%	2%
	dopolnilno, dodatno, za bolezni, nezgodno, varuh zdravja	1	1%	1%	2%
	obvezno, dopolnilno, dodatno, za tujino (coriss) etc.)	1	1%	1%	3%
	obvezno, dodatno in dopolnilno	1	1%	1%	4%
	obvezno, dopolnilno in dodatno zavarovanje.	1	1%	1%	4%
	dodatno	1	1%	1%	5%
	obvezno, dodatno in zivljensko.	1	1%	1%	6%
	dopolnilno, dodatno, v tujini, nezgodno, coris	1	1%	1%	6%
	obvezno, dopolnilno in dodatno.	1	1%	1%	7%
	osnovno, dodatno, dopolnilno	1	1%	1%	7%
	dopolnilno	5	3%	3%	11%
	dodatno, dopolnilno	4	2%	2%	13%
	standardno in dopolnilno	1	1%	1%	14%
	dodatno zz, dopolnilno zz	1	1%	1%	14%
	osnovno; dodatno, dopolnilno	1	1%	1%	15%
	invalidsko, zdravstveno, socialno,	1	1%	1%	16%
	vse	2	1%	1%	17%
	osnovno, dopolnilno, dodatno in nezgodno.	1	1%	1%	17%
	dopolnilno, obvezno, v tujini	1	1%	1%	18%
	dopolnilno zdravstveno zavarovanje	1	1%	1%	19%
	zivljensko,dodatno,premozenjsko,obvezno	1	1%	1%	19%
	dopolnilno, obezno in dodatno	1	1%	1%	20%
	obvezno in dopolnilno	1	1%	1%	20%
	dopolnilno, nezgodno, zivljenjsko	1	1%	1%	21%
	osnovno	17	11%	11%	32%
	osnovno, dodatno zavarovanje	1	1%	1%	32%
	dopolnilno obvezno tujina	1	1%	1%	33%
	dopolnilno , dodatno in obvezno	1	1%	1%	34%
Veljavni	Skupaj	161	100%	100%	

Q4	STE DOPOLNILNO ZDRAVSTVENO ZAVAROVANI?				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	1 (NE, PROSIM POJASNITE, ZAKAJ:)	42	26%	26%	26%
	2 (DA, PROSIM POJASNITE, ZAKAJ:)	119	74%	74%	100%
Veljavni	Skupaj	161	100%	100%	

Povprečje	1.7	Std. Odklon	0.4
-----------	-----	-------------	-----

Q4_1_text	Q4 (NE, PROSIM POJASNITE, ZAKAJ:)	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	ni potrebe	1	1%	3%	3%
	nisem vedla da obstaja	1	1%	3%	6%
	ne vem	1	1%	3%	9%
	sem se vedno studentka.	1	1%	3%	12%
	sem preko staršev	1	1%	3%	15%
	sem zavarovan preko staršev	1	1%	3%	18%
	ker menim da tega še ne potrebujem	1	1%	3%	21%
	študiram	2	1%	6%	27%
	ker še študiram, sem preko staršev	1	1%	3%	30%
	sem študentka	1	1%	3%	33%
	sem zavarovana preko staršev	1	1%	3%	36%
	sem študent, zavarovan preko staršev	1	1%	3%	39%
	zavarovana sem v tujini	1	1%	3%	42%
	sem vendar preko staršev	1	1%	3%	45%
	mi se zdi skoda denarja metat	1	1%	3%	48%
	imam status študenta.	1	1%	3%	52%
	živim v tujini in sem tam zavarovan	1	1%	3%	55%
	ker se mi glede na število posegov do sedaj tovrstno zavarovanje ne splača.	1	1%	3%	58%
	sem študent	2	1%	6%	64%
	se študiram	1	1%	3%	67%
	osnovno zav. krije storitve, ki jih potrebujem	1	1%	3%	70%
	študij	1	1%	3%	73%
	mislím, da sem preko staršev	1	1%	3%	76%
	ker imam status študenta	1	1%	3%	79%
	raje plačujem storitev ki jo potrebujem sproti.	1	1%	3%	82%
	ne rabim biti	1	1%	3%	85%
	ne zdi se mi potrebno	1	1%	3%	88%
	ne potrebujem	1	1%	3%	91%
	ker do odškodnine sploh ne prideš-osebne izkušnje	1	1%	3%	94%
	še študiram	1	1%	3%	97%
	ne poznam	1	1%	3%	100%
Veljavni	Skupaj	33	20%	100%	

Q4_2_text	Q4 (DA, PROSIM POJASNITE, ZAKAJ:)				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	v primeru bolezni in poškodb, da imam krite stroške	1	1%	1%	1%
	zaradi let in zaposlitve	1	1%	1%	2%
	da ne doplačam zdravstvenih storitev	1	1%	1%	3%
	ker je to osnova za obisk zdravnika	1	1%	1%	4%
	sem brez statusa študenta	1	1%	1%	5%
	ker se s tem pokrijejo zdravstveni stroški, ki jih potrebujem	1	1%	1%	6%
	zato, da ne plačujem razlik ob obisku zdravnikov	1	1%	1%	8%
	da imam krite vse storitve	1	1%	1%	9%
	zaradi morebitnih zdravstvenih storitev, ki bi jih potrebovala in jih le to krije	1	1%	1%	10%
	ker je nujno	2	1%	2%	12%
	sem zaposlena	1	1%	1%	13%
	ker obvezno ne krije vega.	1	1%	1%	14%
	sem polno zaposlen.	1	1%	1%	15%
	zaradi kritja v celoti	1	1%	1%	16%
	ker je v nasprotnem primeru zdravljenje predrago	1	1%	1%	17%
	ker sem zaposlen	1	1%	1%	18%
	ker moram biti	2	1%	2%	20%
	za vsak slučaj	3	2%	3%	24%
	samoumevna odločitev	1	1%	1%	25%
	za 100% kritje zdravstvenih storitev	1	1%	1%	26%
	ker je skoraj tako kot obvezno - brez tega nimaš skoraj nič	1	1%	1%	27%
	da nimam za doplačat zdravnika in zdravila	1	1%	1%	28%
	zaradi sigurnosti	1	1%	1%	29%
	na ta način mi ni potrebno placevati stroškov zdravstvenih storitev.	1	1%	1%	30%
	nikoli ne več	1	1%	1%	31%
	sem zaposlen	3	2%	3%	34%
	sem zaposlen in tako obvezen se dopolnilno zavarovati.	1	1%	1%	35%
	ker moram biti, če ne te zdravljenje olupi v primeru nezavarovanja	1	1%	1%	37%
	mam 27	1	1%	1%	38%

	kritje stroškov	1	1%	1%	39%
	imam obezavarovanji, in se vedno moram doplacati, ko grem k zdravniku, zobozdravniku.... ogromno stvari je se vedno plačljivih, ceprav ima obe zavarovanji, ne bi rada imela se vec nepricakovanih stroškov	1	1%	1%	40%
	da imam krite vse zdravstvene storitve	1	1%	1%	41%
	da mi ni treba doplačevati za storitve in zdravila	1	1%	1%	42%
	da, zaradi 100% kritja stroškov zdravljenja	1	1%	1%	43%
	seem zaposlena	1	1%	1%	44%
	veliko potujem	1	1%	1%	45%
	zaradi polne varnosti	1	1%	1%	46%
	pavziram	1	1%	1%	47%
	zaradi večjega obsega ugodnosti	1	1%	1%	48%
	ker moram bit	1	1%	1%	49%
	sem zaposlen in starejsi od 26.	1	1%	1%	51%
	sem starejsi od 26. let	1	1%	1%	52%
	zaradi lažje dostopnosti do vseh zdravstvenih uslug, ki jih nudi naše zdravstvo	1	1%	1%	53%
	ker je dobro imeti vse pokrito	1	1%	1%	54%
	da imam krite stroške zdravstva, ko kaj potrebujem.	1	1%	1%	55%
	zato, ker brez dopolnilnega ne moreš nič brez doplačila	1	1%	1%	56%
	zaradi kritja stroškov zdravnika ipd.	1	1%	1%	57%
	za primer nezmožnost opravljanja dela	1	1%	1%	58%
	zaradi varnosti-strah visokih stroškov zdravljenja	1	1%	1%	59%
	zaradi redne zaposlitve	1	1%	1%	60%
	da imam vse pokriti	1	1%	1%	61%
	zaradi stroškov zdravljenja	1	1%	1%	62%
	ugodna rešitev, brez doplačil za osnovne zdrav. storitve	1	1%	1%	63%
	ker ne želim plačevati doplačil	1	1%	1%	65%
	imam 26 let	1	1%	1%	66%
	da bi se izognil morebitnim dodatnim stroškom zdravljenja	1	1%	1%	67%
	ker se mi zdi smotrno	1	1%	1%	68%
	za vsak slucaj	1	1%	1%	69%
	ker moram bit. glede na višino davka ki ga vsakodnevno plačujem se mi zdi to ožemanje.	1	1%	1%	70%

	tako	1	1%	1%	71%
	ker imam s tem pokrite vse zdravstvene obravnave	1	1%	1%	72%
	ker sem zaposlena	1	1%	1%	73%
	ker imam krite zdravstvene storitve	1	1%	1%	74%
	ker mi je to predlagal zavarovalni zastopnik ob sklenitvi osnovnega zavarovanja	1	1%	1%	75%
	ker ne vem, kako me bo zdravje služilo v prihodnosti.	1	1%	1%	76%
	zato, ker ti v nasprotnem primeru zdravstvene storitve praktično niso dostopne.	1	1%	1%	77%
	v okviru zavarovanja se varčujem	1	1%	1%	78%
	pomembno za moje zdravje, z njim sem preskrbljena	1	1%	1%	80%
	?	1	1%	1%	81%
	ker moram menda sicer doplačevati zdr. storitve.	1	1%	1%	82%
	vplačujem za primer bolezni, saj ne bi zmogla sama kriti stroškov zdravljenja	1	1%	1%	83%
	da sem brez skrbi	1	1%	1%	84%
	da imam vse zastonj	1	1%	1%	85%
	ker sem brez statusa	1	1%	1%	86%
	da ne plačujem zdravil	1	1%	1%	87%
	ker se mi zdi dobro	1	1%	1%	88%
	ker imam določene zdravstvene storitve brezplačne	1	1%	1%	89%
	ker je obvezno	1	1%	1%	90%
	drugace doplacila pri zdravnikih	1	1%	1%	91%
	ker bi v nasprotnem primeru doplačevali za preveč storitev	1	1%	1%	92%
	ker krije celotne stroške zdravljenja in oskrbe	1	1%	1%	94%
	ker je obvezno in pametno :)	1	1%	1%	95%
	v izogib placili dodatnih stroskov zdravljenja	1	1%	1%	96%
	ker je skorajda nujno	1	1%	1%	97%
	ziher je ziher..	1	1%	1%	98%
	varnost	1	1%	1%	99%
	da lahko koristim zdravstvene storitve v polnosti	1	1%	1%	100%
Veljavni	Skupaj	93	58%	100%	

Q5 PRI KATERI ZAVAROVALNICI STE DOPOLNILNO ZDRAVSTVENO ZAVAROVANI?					
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	1 (ADRIATIC SLOVENICA D.D.)	26	16%	22%	22%
	2 (TRIGLAV, ZDRAVSTVENA ZAVAROVALNICA D.D.)	30	19%	25%	47%
	3 (VZAJEMNA D.N.O.)	63	39%	53%	100%
Veljavni	Skupaj	119	74%	100%	

Povprečje	2.3	Std. Odklon	0.8
-----------	-----	-------------	-----

Q6 KDAJ STE SKLENILI DOPOLNILNO ZDRAVSTVENO ZAVAROVANJE?					
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	1 (OB ZAKLJUČKU FORMALNEGA IZOBRAŽEVANJA)	22	14%	18%	18%
	2 (OB PREKINITVI FORMALNEGA IZOBRAŽEVANJA (PAVZIRANJE))	8	5%	7%	25%
	3 (OB SKLENITVI DELOVNEGA RAZMERJA)	52	32%	44%	69%
	4 (OB DOPOLNITVI 26. LETA STAROSTI)	37	23%	31%	100%
Veljavni	Skupaj	119	74%	100%	

Povprečje	2.9	Std. Odklon	1.1
-----------	-----	-------------	-----

Q7 KJE STE SKLENILI DOPOLNILNO ZDRAVSTVENO ZAVAROVANJE?					
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	1 (PRI ZAVAROVALNICI OZIROMA PREKO ZASTOPNIKA)	80	50%	67%	67%
	2 (PREKO INTERNETA)	20	12%	17%	84%
	3 (PRI DELODAJALCU OB ZAPOSLOTVI)	18	11%	15%	99%
	4 (DRUGO, PROSIM NAVEDITE, KAJ:)	1	1%	1%	100%
Veljavni	Skupaj	119	74%	100%	

Povprečje	1.5	Std. Odklon	0.8
-----------	-----	-------------	-----

Q7_4_text Q7 (DRUGO, PROSIM NAVEDITE, KAJ:)					
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	pisno vlogo	1	1%	100%	100%
Veljavni	Skupaj	1	1%	100%	

Q8	KAKO STE SKLENILI DOPOLNILNO ZDRAVSTVENO ZAVAROVANJE?				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	1 (SKLENIL/A SEM GA SAM/A)	106	66%	89%	89%
	2 (STARŠI SO SKLENILI ZAVAROVANJE V MOJEM IMENU)	7	4%	6%	95%
	3 (PRIJATELJ/ICA JE SKLENIL/A ZAVAROVANJE V MOJEM IMENU)	1	1%	1%	96%
	4 (PARTNER/KA GA JE SKLENIL/A V MOJEM IMENU)	1	1%	1%	97%
	5 (DRUGO, PROSIM NAVEDITE, KAJ:)	4	2%	3%	100%
Veljavni	Skupaj	119	74%	100%	

Povprečje	1.2	Std. Odklon	0.8
-----------	-----	-------------	-----

Q8_5_text	Q8 (DRUGO, PROSIM NAVEDITE, KAJ:)				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	delodajalec	1	1%	25%	25%
	delodajalec ga je sklenil zame	2	1%	50%	75%
	preko študentskega servisa	1	1%	25%	100%
Veljavni	Skupaj	4	2%	100%	

Q9	STE SE PRED SKLENITVIJO DOPOLNILNEGA ZDRAVSTVENEGA ZAVAROVANJA POZANIMALI O RAZLIČNIH PONUDNIKIH (ZAVAROVALNICAH)?				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	1 (NE, PROSIM POJASNITE, ZAKAJ:)	65	40%	55%	55%
	2 (DA, PROSIM POJASNITE, ZAKAJ:)	54	34%	45%	100%
Veljavni	Skupaj	119	74%	100%	

Povprečje	1.5	Std. Odklon	0.5
-----------	-----	-------------	-----

Q9_1_text	Q9 (NE, PROSIM POJASNITE, ZAKAJ:)				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	fant je bil zadovoljen z omenjeno zavarovalnico in sem zato tudi tam sklenila zavarovanje	1	1%	2%	2%
	sem len	1	1%	2%	4%
	se mi bi dalo	1	1%	2%	6%
	delodajalec	1	1%	2%	8%
	zato, ker sem potreboval samo za 1 leto	1	1%	2%	10%
	ker poznam agenta	1	1%	2%	13%

	ker imam vse pri eni zavarovalnici	1	1%	2%	15%
	ni bilo potrebno	1	1%	2%	17%
	ker, sem bila prepričana da je triglav po informacijah prijateljev najboljša izbira.	1	1%	2%	19%
	ker sem zaupala prijateljici ki se s tem ukvarja profesionalno	1	1%	2%	21%
	ker imamo v hiši zavarovalnega agenta, ki mo zaupamo. povedal sem mu kaj potrebujem in agent je pripravil potrebne dokumente.	1	1%	2%	23%
	ker imam prijateljico, ki se s tem ukvarja	1	1%	2%	25%
	zato, ker so razlike minimalne, poleg tega pa je bilo dopolnilno zavarovanje del širšega zavarovalnega paketa pri izbrani zavarovalnici.	1	1%	2%	27%
	poznam agenta	1	1%	2%	29%
	sem v sklopu delovnega razmerja	1	1%	2%	31%
	ne spomnim se	1	1%	2%	33%
	me ni zanimalo	1	1%	2%	35%
	zavarovanje sem vzela pri zavarovalnici, ki mi jo je priporočil delodajalec.	1	1%	2%	38%
	ker je bila vzajemna edini ponudnik takrat	1	1%	2%	40%
	ker imamo vse pri eni zavarovalnici	1	1%	2%	42%
	do tedaj nisem razmišljala o temu	1	1%	2%	44%
	/	1	1%	2%	46%
	so mi svetovali starši	1	1%	2%	48%
	ker nj bi ponujali vsi enako sem izbral domicilno zavarovalnico as	1	1%	2%	50%
	ker naj bi bila vzajemna najbolj ugodna	1	1%	2%	52%
	nisem poznala ponudbe	1	1%	2%	54%
	ker vsi ponujajo bolj ali manj isto zadevo za isto ceno	1	1%	2%	56%
	zaradi predhodnih pozitivnih izkušenj s to zavarovalnico pri sklenitvah ostalih zavarovanj.	1	1%	2%	58%
	ker deluje enako povsod	1	1%	2%	60%
	firma zame vse naredila	1	1%	2%	63%
	praksa v podjetju jr bila da sklenemo pri enem kjer smo imeli nato skupinski popust	1	1%	2%	65%
	delodajalec ponuja eno možnost	1	1%	2%	67%
	ker imam vsa zavarovanja pri as in je tako praktično	1	1%	2%	69%
	mislim, da je vse skoraj isto	1	1%	2%	71%
	naceloma vsi ponujajo isto	1	1%	2%	73%
	ni bilo interesa	1	1%	2%	75%
	ker sem vedela, da je pri trenutnem ponudniku najcenejše.	1	1%	2%	77%
	ker je v sklopu delodajalca	1	1%	2%	79%

	dobra ponudba vzajemne, pretekle izkušnje	1	1%	2%	81%
	zavarovalni qgent mi je priporočil adriatic slovenico.	1	1%	2%	83%
	ni se mi zdelo pomembno	1	1%	2%	85%
	ker imam pri triglavu polico in ker vrjamem da cena in obseg ne sme varirat	1	1%	2%	88%
	vse zavarovalnice ki ga ponujajo so na trgu že dolgo in jim zaupam, cena pa je bila takrat povsod enaka	1	1%	2%	90%
	ker je povsod enako, razlika je morda do 1€	1	1%	2%	92%
	ni jih bilo veliko v ponudbi	1	1%	2%	94%
	vse je lopovščina	1	1%	2%	96%
	starši so ga sklenili v mojem imenu	1	1%	2%	98%
	ni mi pomembno	1	1%	2%	100%
Veljavni	Skupaj	48	30%	100%	

Q9_2_text	Q9 (DA, PROSIM POJASNITE, ZAKAJ:)	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	Odgovori				
	da bi ugotovil konkurenčnost	1	1%	3%	3%
	da preverim, kje so razlike med ponudniki	1	1%	3%	5%
	pogoji, cena, kritja	1	1%	3%	8%
	zaradi cene in dodatnih ugodnosti	1	1%	3%	11%
	ugodnosti, cene	1	1%	3%	13%
	kateri je najbolj ugoden	1	1%	3%	16%
	da. preveril sem cene in dodatne ugodnosti	1	1%	3%	18%
	preveril sem cene	1	1%	3%	21%
	da vidim, kakšne dodatne ugodnosti mi lahko ponudijo	1	1%	3%	24%
	zaradi cene	5	3%	13%	37%
	želel sem preveriti ali so kakšne ugodnosti pri zavarovanjih, glede na to, da so cene zavarovanj podobne.	1	1%	3%	39%
	cene, ugodnosti	1	1%	3%	42%
	ker so bili takrat najbolj ugodni	1	1%	3%	45%
	nudijo razne ugodnosti	1	1%	3%	47%
	za pregled različnih ponudb	1	1%	3%	50%
	zaradi ponudb, ki jih nudijo	1	1%	3%	53%
	da preverim razliko v ceni	1	1%	3%	55%
	cenovno - bonitete za zavorovanje avtomobila	1	1%	3%	58%
	zaradi različnih ugodnosti	2	1%	5%	63%
	preverila sem zavarovalno premijo pri različnih zavarovalnicah ter ugodnosti sklenitve zavarovanja pri posamezni zavarovalnici	1	1%	3%	66%
	zaradi primerjave cen in morebitnih ugodnosti.	1	1%	3%	68%
	se ne spomnim	1	1%	3%	71%
	zaradi cene in kritij	1	1%	3%	74%
	zanimala me je cena	1	1%	3%	76%
	različna cena	1	1%	3%	79%
	cena	3	2%	8%	87%
	ker se razlikujejo v ceni, kvaliteti, odzivnosti	1	1%	3%	89%
	ker se s tem ukvarjam	1	1%	3%	92%
	zaradi cene, načeloma so iste storitve	1	1%	3%	95%
	konkurenčnost in cene.	1	1%	3%	97%
	da raziščem razlike v ceni in ponudbi	1	1%	3%	100%
Veljavni	Skupaj	38	24%	100%	

Q10	ZAKAJ SE NISTE POZANIMALI O RAZLIČNIH PONUDNIKIH?							
	Podvprašanja	Enote					Navedbe	
		Frekvence	Veljavni	% - Veljavni	Ustrezni	% - Ustrezni	Frekvence	%
Q10a	KER SO VSE CENE (PREMIJE) PRIBLIŽNO ENAKE	25	65	38%	161	16%	25	33%
Q10b	KER NI VELIKE RAZLIKE MED PONUDNIKI	28	65	43%	161	17%	28	37%
Q10c	DRUGO, PROSIM NAVEDITE, KAJ:	23	65	35%	161	14%	23	30%
	SKUPAJ		65		161		76	100%

Q10c_text	Q10 (DRUGO, PROSIM NAVEDITE, KAJ:)				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	pojasnjeno v prejšnjem vprašanju	1	1%	5%	5%
	vsi v podjetju smo pri isti zavarovalnici zavarovani	1	1%	5%	9%
	firma vse	1	1%	5%	14%
	ker imam vse pri eni	1	1%	5%	18%
	dopolnilno zavarovanje je bilo vključeno v paket (zavarovanje posojila, življenjsko zavarovanje)	1	1%	5%	23%
	ker sem vedela, da je pri trenutnem ponudniku najcenejše	1	1%	5%	27%
	ker je v sklopu delodajalca	1	1%	5%	32%
	starši so ga sklenili v mojem imenu	1	1%	5%	36%
	ker je agent moj dober prijatelj.	1	1%	5%	41%
	sklepam, da cena in obseg ne sme varirat	1	1%	5%	45%
	ugodnejše preko delodajalca	1	1%	5%	50%
	poznam agenta	1	1%	5%	55%
	ne spomnim se	1	1%	5%	59%
	glej zgoraj	1	1%	5%	64%
	zavarovanje sem vzela pri zavarovalnici, ki mi jo je priporočil delodajalec.	1	1%	5%	68%
	ker so vsi zaposleni pri isti zavarovalnici	1	1%	5%	73%
	ker sem len	1	1%	5%	77%
	ker ga je moja mama naredila zame	1	1%	5%	82%
	ne, ker imam nekoga v krogu ki se s tem ukvarja in tako nisem zgubljal dodatnega časa	1	1%	5%	86%
	enako prejšnjemu	1	1%	5%	91%
	ker sem poznala zastopnika	1	1%	5%	95%
	delodajalec	1	1%	5%	100%
Veljavni	Skupaj	22	14%	100%	

Q11 KJE STE DOBILI POTREBNE INFORMACIJE O RAZLIČNIH PONUDNIKIH DOPOLNILNIH ZDRAVSTVENIH ZAVAROVALNJ (ZAVAROVALNICAH)?								
	Podvprašanja	Enote					Navedbe	
		Frekvence	Veljavni	% - Veljavni	Ustrezni	% - Ustrezni	Frekvence	%
Q11a	NA SPLETNI STRANI ZAVAROVALNICE	49	54	91%	161	30%	49	40%
Q11b	NA SPLETNIH FORUMIH	9	54	17%	161	6%	9	7%
Q11c	NA DRUŽBENIH MEDIJIH	3	54	6%	161	2%	3	2%
Q11d	OSEBNO PRI PONUDNIKIH DOPOLNILNIH ZDRAVSTVENIH ZAVAROVALNJ	21	54	39%	161	13%	21	17%
Q11e	PRI STARŠIH	15	54	28%	161	9%	15	12%
Q11f	PRI PRIJATELJIH	11	54	20%	161	7%	11	9%
Q11g	PRI DELODAJALCU	2	54	4%	161	1%	2	2%
Q11h	IZ PROMOCIJSKIH MATERIALOV (NA PRIMER LETAKOV)	10	54	19%	161	6%	10	8%
Q11i	DRUGO, PROSIM NAVEDITE, KAJ:	1	54	2%	161	1%	1	1%
	SKUPAJ		54		161		121	100%

Q11i_text Q11 (DRUGO, PROSIM NAVEDITE, KAJ:)					
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	se ne spomnim	1	1%	100%	100%
Veljavni	Skupaj	1	1%	100%	

Q12 KDO JE VPLIVAL NA ODLOČITEV O IZBIRI ZAVAROVALNICE?								
	Podvprašanja	Enote					Navedbe	
		Frekvence	Veljavni	% - Veljavni	Ustrezni	% - Ustrezni	Frekvence	%
Q12a	SAM/A SEM SE ODLOČIL/A	93	119	78%	161	58%	93	64%
Q12b	STARŠI	26	119	22%	161	16%	26	18%
Q12c	PRIJATELJI	6	119	5%	161	4%	6	4%
Q12d	OGLAS	2	119	2%	161	1%	2	1%
Q12e	DELODAJALEC	12	119	10%	161	7%	12	8%
Q12f	PARTNER/KA	1	119	1%	161	1%	1	1%
Q12g	DRUGO, PROSIM NAVEDITE, KAJ:	6	119	5%	161	4%	6	4%
	SKUPAJ		119		161		146	100%

Q12g_text	Q12 (DRUGO, PROSIM NAVEDITE, KAJ:)				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	agent	1	1%	20%	20%
	banka kot kreditodajalec	1	1%	20%	40%
	znanka	1	1%	20%	60%
	ugodnosti, popusti v trgovinah	1	1%	20%	80%
	ne spomnim se	1	1%	20%	100%
Veljavni	Skupaj	5	3%	100%	

Q13	PO POMEMBNOSTI RAZVRSTITE DEJAVNIKE, KI SO VPLIVALI NA VAŠO IZBIRO ZAVAROVALNICE:										
	Podvprašanja	Odgovori						Veljavni	Št. enot	Povprečje	Std. Odklon
		SPLOH NI POMEMBEN DEJAVNIK	NI POMEMBEN DEJAVNIK	NITI NEPOMEMBEN NITI POMEMBEN	POMEMBEN DEJAVNIK	ZELO POMEMBEN DEJAVNIK	Skupaj				
Q13a	CENA	15 (13%)	4 (3%)	21 (18%)	43 (36%)	36 (30%)	119 (100%)	119	161	3.7	1.3
Q13b	DODATNE UGODNOSTI	9 (8%)	15 (13%)	18 (15%)	43 (36%)	34 (29%)	119 (100%)	119	161	3.7	1.2
Q13c	PRIPOROČILA PRIJATELJEV	18 (15%)	26 (22%)	27 (23%)	37 (31%)	11 (9%)	119 (100%)	119	161	3.0	1.2
Q13d	PRIPOROČILA STARŠEV	14 (12%)	21 (18%)	27 (23%)	35 (29%)	22 (18%)	119 (100%)	119	161	3.3	1.3
Q13e	PRIPOROČILA DELODAJALCA	30 (25%)	23 (19%)	32 (27%)	26 (22%)	8 (7%)	119 (100%)	119	161	2.7	1.3
Q13f	VSE NA ENEM MESTU ZAVAROVANO	13 (11%)	14 (12%)	19 (16%)	43 (36%)	30 (25%)	119 (100%)	119	161	3.5	1.3
Q13g	UGLED ZAVAROVALNICE	12 (10%)	7 (6%)	29 (24%)	42 (35%)	29 (24%)	119 (100%)	119	161	3.6	1.2
Q13h	DRUGO, PROSIM NAVEDITE, KAJ:	52 (44%)	8 (7%)	28 (24%)	15 (13%)	14 (12%)	117 (100%)	117	161	2.4	1.5

Q13h_text	Q13 (DRUGO, PROSIM NAVEDITE, KAJ:)				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	v kolikor pride do težav, je pomembno kako se zavarovalnica odziva - da ne varčuje na plečih zavarovanca.	1	1%	2%	2%
	popust	1	1%	2%	5%
	ni drugih dejanikov	1	1%	2%	7%
	enostavna sklenitev	1	1%	2%	9%
	provizija ob sklenitvi	1	1%	2%	12%
	ponudba	1	1%	2%	14%
	ugodna ponudba	1	1%	2%	16%
	nič	1	1%	2%	19%
	odzivnost zavarovalnice	1	1%	2%	21%
	kakovost	1	1%	2%	23%
	cena ne more biti pomembna, ker povsod isto stane 27,xx€.	1	1%	2%	26%
	trajanje	1	1%	2%	28%
	prijaznost zastopnika	2	1%	5%	33%

	cena, sloves	1	1%	2%	35%
	ugodno rešeni primeri iz preteklosti (npr. nekomu se nekaj zgodi in ravnanje zavarovalnice v posameznem primeru)	1	1%	2%	37%
	-	1	1%	2%	40%
	/	4	2%	9%	49%
	x	2	1%	5%	53%
	urediti dopolnilno zavarovanje	1	1%	2%	56%
	jojo	1	1%	2%	58%
	marketing	1	1%	2%	60%
	nič	2	1%	5%	65%
	nezgodno zavarovanje v tujini	1	1%	2%	67%
	ni	1	1%	2%	70%
	zanesljivost	1	1%	2%	72%
	cena	1	1%	2%	74%
	prepoznavnost zavarovalnice	1	1%	2%	77%
	profesionalni odnos	1	1%	2%	79%
	nic	2	1%	5%	84%
	izkušnje v zvezi z ravnanjem glede izplačila premij	1	1%	2%	86%
	dostopnost	2	1%	5%	91%
	nic je bilo vse navedeno v anketi	1	1%	2%	93%
	ugodnosti ob sklenitvi in paket zavarovanj	1	1%	2%	95%
	akcije	1	1%	2%	98%
	dostopnost	1	1%	2%	100%
Veljavni	Skupaj	43	27%	100%	

Q14	STE KDAJ ŽE IMELI KAKŠNE TEŽAVE Z IZBRANO ZAVAROVALNICO?				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	1 (NE)	113	70%	95%	95%
	2 (DA, PROSIM NAVEDITE, ZA KAKŠNE TEŽAVE JE ŠLO:)	6	4%	5%	100%
Veljavni	Skupaj	119	74%	100%	

Povprečje	1.1	Std. Odklon	0.2
-----------	-----	-------------	-----

Q14_2_text	Q14 (DA, PROSIM NAVEDITE, ZA KAKŠNE TEŽAVE JE ŠLO:)				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	težava je bila pri izplačilu poskodbe.	1	1%	20%	20%
	izplačilo odškodnine pri poškodbi	1	1%	20%	40%
	pozabili podaljšat zavarovanje	1	1%	20%	60%
	nepopolne informacije o zavarovanju s strani zastopnika	1	1%	20%	80%
	izplačila v primeru nezgod	1	1%	20%	100%
Veljavni	Skupaj	5	3%	100%	

Q15	STE KDAJ ŽE ZAMENJALI ZAVAROVALNICO?				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	1 (NE)	93	58%	78%	78%
	2 (DA, PROSIM NAVEDITE, ZAKAJ:)	26	16%	22%	100%
Veljavni	Skupaj	119	74%	100%	

Povprečje	1.2	Std. Odklon	0.4
-----------	-----	-------------	-----

Q15_2_text	Q15 (DA, PROSIM NAVEDITE, ZAKAJ:)				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	cena	4	2%	17%	17%
	ugodnejša ponudba	1	1%	4%	21%
	boljši pogoji	1	1%	4%	25%
	odnos, reševanje zahtevkov	1	1%	4%	29%
	cena ali ugodnosti	1	1%	4%	33%
	slovenica	1	1%	4%	38%
	neizpolnitev obveznosti zavarovalnice	1	1%	4%	42%
	boljše ugodnosti	1	1%	4%	46%
	ker dokler ni zdravstvenih težav in se mesečno plačuje položnice je vse ok, ko pa mora zavarovalnica plačati odškodnino stranki, se začenejo težave.	1	1%	4%	50%
	napaka pri odtegljajih	1	1%	4%	54%
	zaradi cene in drugih ugodnosti	1	1%	4%	58%
	nizja cena	1	1%	4%	63%
	zaradi odbite franšize	1	1%	4%	67%
	združitve vseh zavarovanj	1	1%	4%	71%
	vse na enem mestu	1	1%	4%	75%
	paketna ponudba	1	1%	4%	79%
	druga zavarovalnica je ponudila ugodnost ob menjavi v kombinaciji z odprtim računom pri banki	1	1%	4%	83%
	zaradi popustov in kompleta pri triglavu	1	1%	4%	88%
	paketne ugodnosti	1	1%	4%	92%
	zato, ker smo v družini želeli zavarovanja razpršiti na več ponudnikov.	1	1%	4%	96%
	zaradi paketnega zavarovanja	1	1%	4%	100%
Veljavni	Skupaj	24	15%	100%	

Q16	STE KDAJ RAZMIŠLJALI O ZAMENJAVI PONUDNIKA DOPOLNILNEGA ZDRAVSTVENEGA ZAVAROVANJA (ZAVAROVALNICE)?				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	1 (NE)	104	65%	87%	87%
	2 (DA, PROSIM NAVEDITE, ZAKAJ:)	15	9%	13%	100%
Veljavni	Skupaj	119	74%	100%	

Povprečje	1.1	Std. Odklon	0.3
-----------	-----	-------------	-----

Q16_2_text	Q16 (DA, PROSIM NAVEDITE, ZAKAJ:)				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	dodatna kritja, cena, ugodnosti, odnos	1	1%	8%	8%
	slaba izkušnja z zastopnikom.	1	1%	8%	15%
	zaradi dodatnih zavarovalnih ugodnosti, ki bi jih lahko pridobila, če bi imela sklenjeno zavarovanje z drugo zavarovalnico.	1	1%	8%	23%
	mi je blo dolgac	1	1%	8%	31%
	cena, nezadovoljstvo	1	1%	8%	38%
	če bi mi ponudili boljše ugodnosti	1	1%	8%	46%
	zaradi ugodnosti	1	1%	8%	54%
	paketi	1	1%	8%	62%
	enako prejšnjemu	1	1%	8%	69%
	paketna ponudba	1	1%	8%	77%
	cena ali ugodnosti	1	1%	8%	85%
	zaradi paketnega zavarovanja	1	1%	8%	92%
	zaradi ponudbe/cene	1	1%	8%	100%
Veljavni	Skupaj	13	8%	100%	

Q17	KATERE UGODNOSTI BI VAS PRITEGNILE, DA BI RAZMISLILI O ZAMENJAVI PONUDNIKA DOPOLNILNEGA ZDRAVSTVENGA ZAVAROVANJA (ZAVAROVALNICO)?							
	Podvprašanja	Enote					Navedbe	
		Frekvence	Veljavni	% - Veljavni	Ustrezni	% - Ustrezni	Frekvence	%
Q17a	VREDNOSTNI BON ZA ZAVAROVANJE (avto, hiša itd.)	43	119	36%	161	27%	43	18%
Q17b	VREDNOSTNI BON ZA NAKUP V TRGOVINI MERCATOR/SPAR	24	119	20%	161	15%	24	10%
Q17c	VREDNOSTNI BON ZA SPLETNO NAKUPOVANJE	11	119	9%	161	7%	11	5%
Q17d	VREDNOSTNI BON ZA MOBILEGA OPERATERJA/ NAKUP TELEFONA	21	119	18%	161	13%	21	9%
Q17e	VINJETA	60	119	50%	161	37%	60	25%
Q17f	VREDNOSTNI BON ZA NAKUP VSTOPNIC PREK EVENTIM.SI	6	119	5%	161	4%	6	3%
Q17g	DODATNE ZDRAVSTVENE STORITVE, KI MI JIH OMOGOČA ZAVAROVALNICA (na primer drugo mnenje, posvet z zdravnikom specialistom, pomoč pri iskanju zdravstvenih storitev itd.)	57	119	48%	161	35%	57	24%
Q17h	DRUGO, PROSIM NAVEDITE, KAJ:	18	119	15%	161	11%	18	8%
	SKUPAJ		119		161		240	100%

Q17h_text	Q17 (DRUGO, PROSIM NAVEDITE, KAJ:)				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	nobene ugodnosti	1	1%	7%	7%
	ugodnost v primeru da celo leto ne koristiš ničesar	1	1%	7%	13%
	opazno nižja premija.	1	1%	7%	20%
	nic	1	1%	7%	27%
	v kolikor bi se splačalo (cena/ugodnosti/kvaliteta/...) tudi večina ostalih zavarovanj	1	1%	7%	33%
	nič	2	1%	13%	47%
	verjetno nič	1	1%	7%	53%
	skupni bonus	1	1%	7%	60%
	50% popusta na premijo.	1	1%	7%	67%
	nizja cena	1	1%	7%	73%
	nižja cena zavarovanja.	1	1%	7%	87%
	ugodnosti pri makupu turističnega potovanja	1	1%	7%	93%
	govorice o določeni zavarovalnici	1	1%	7%	100%
Veljavni	Skupaj	15	9%	100%	

Q18	KJE BI ŽELELI SKLENITI DOPOLNILNO ZDRAVSTVENO ZAVAROVANJE?				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	1 (PRI ZAVAROVALNICI OZ. PREKO ZASTOPNIKA)	19	12%	45%	45%
	2 (PREKO INTERNETA)	19	12%	45%	90%
	3 (PRI DELODAJALCU OB ZAPOSLOTVI)	4	2%	10%	100%
	4 (DRUGO, PROSIM NAVEDITE, KAJ:)	0	0%	0%	100%
Veljavni	Skupaj	42	26%	100%	

Povprečje	1.6	Std. Odklon	0.7
-----------	-----	-------------	-----

Q18_4_text	Q18 (DRUGO, PROSIM NAVEDITE, KAJ:)				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa

Q19	KAKO BI ŽELELI SKLENITI DOPOLNILNO ZDRAVSTVENO ZAVAROVANJE?				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	1 (SAM/A BI GA SKLENIL/A)	41	25%	98%	98%
	2 (STARŠI BI LAHKO SKLENILI ZAVAROVANJE V MOJEM IMENU)	1	1%	2%	100%
	3 (PRIJATELJ/ICA BI LAHKO SKLENIL/A ZAVAROVANJE V MOJEM IMENU)	0	0%	0%	100%
	4 (PARTER/KA BI LAHKO SKLENILA ZAVAROVANJE V MOJEM IMENU)	0	0%	0%	100%
	5 (DRUGO, PROSIM NAVEDITE, KAJ:)	0	0%	0%	100%
Veljavni	Skupaj	42	26%	100%	

Povprečje	1.0	Std. Odklon	0.2
-----------	-----	-------------	-----

Q19_5_text	Q19 (DRUGO, PROSIM NAVEDITE, KAJ:)				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa

Q20	KDAJ MISLITE, DA JE POTREBNO SKLENITI DOPOLNILNO ZDRAVSTVENO ZAVAROVANJE?							
	Podvprašanja	Enote					Navedbe	
		Frekvence	Veljavni	% - Veljavni	Ustrezni	% - Ustrezni	Frekvence	%
Q20a	OB ZAKLJUČKU FORMALNEGA IZOBRAŽEVANJA	32	42	76%	161	20%	32	41%
Q20b	OB PREKINITVI FORMALNEGA IZOBRAŽEVANJA (PAVZIRANJE)	20	42	48%	161	12%	20	25%
Q20c	OB SKLENITVI DELOVNEGA RAZMERJA	8	42	19%	161	5%	8	10%
Q20d	OB DOPOLNITVI 26. LETA STAROSTI	14	42	33%	161	9%	14	18%
Q20e	DRUGO, PROSIM NAVEDITE, KAJ:	5	42	12%	161	3%	5	6%
	SKUPAJ		42		161		79	100%

Q20e_text	Q20 (DRUGO, PROSIM NAVEDITE, KAJ:)				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	nikoli	1	1%	20%	20%
	ne vem	1	1%	20%	40%
	kadarkoli	1	1%	20%	60%
	v vsakem primeru	1	1%	20%	80%
	nikoli?	1	1%	20%	100%
Veljavni	Skupaj	5	3%	100%	

Q21	BI SE PRED SKLENITVIJO DOPOLNILNEGA ZDRAVSTVENEGA ZAVAROVANJA POZANIMALI O RAZLIČNIH PONUDNIKIH (ZAVAROVALNICAH)?				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	1 (NE, PROSIM NAVEDITE, ZAKAJ:)	4	2%	10%	10%
	2 (DA, PROSIM NAVEDITE, ZAKAJ:)	38	24%	90%	100%
Veljavni	Skupaj	42	26%	100%	

Povprečje	1.9	Std. Odklon	0.3
-----------	-----	-------------	-----

Q21_1_text	Q21 (NE, PROSIM NAVEDITE, ZAKAJ:)				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	ni bistvenih razlik	1	1%	33%	33%
	ker imamo že izbrano zavarovalnico	1	1%	33%	67%
	zaradi lenobe	1	1%	33%	100%
Veljavni	Skupaj	3	2%	100%	

Q21_2_text	Q21 (DA, PROSIM NAVEDITE, ZAKAJ:)				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	da preverim konkurenčne ponudbe (cena, koristi)	1	1%	3%	3%
	da primerjam cenovno	1	1%	3%	7%
	da vidim kje je bolj ugodno	1	1%	3%	10%
	zato da dobim najugodnejšo možnost zavarovanja	1	1%	3%	14%
	zaradi konkurence, kaj kdo ponuja	1	1%	3%	17%
	da pregledam kaj ponuja konkurenca	1	1%	3%	21%
	da vidim, kaj ponujajo posamezni ponudniki	1	1%	3%	24%
	najprej zaradi različnih cen, prav tako pa bi pregledal kritje posameznega zavarovanja.	1	1%	3%	28%
	za primerjavo cen	1	1%	3%	31%
	da vidim kdo ponuja najboljše pogoje za najnižjo ceno	1	1%	3%	34%
	da ugotovim kaj ponujajo in koliko stane.	1	1%	3%	38%
	zaradi cene	2	1%	7%	45%
	da vidim kaj ponujajo	1	1%	3%	48%
	ker živimo v 2016	1	1%	3%	52%
	da vidim kaj ponujajo posamezne zavarovalnice	1	1%	3%	55%
	da vidim kaj ponuja konkurenca	1	1%	3%	59%
	zaradi informacij ki bi jih dobila kej je bolje	1	1%	3%	62%

	da pregledam kaj posamezni ponudniki ponujajo	1	1%	3%	66%
	da vidim kaj ponuja konkurenca	1	1%	3%	69%
	cena, ugodnosti, pogoji itd.	1	1%	3%	72%
	da izvem kaj ponuja konkurenca	1	1%	3%	76%
	zaradi ponudbe konkurence	1	1%	3%	79%
	preverila bi storitve in cene	1	1%	3%	83%
	tako da dobim kaksno informacijo vec	1	1%	3%	86%
	da vidim kakšna je konkurenca in kaj ponuja	1	1%	3%	90%
	da vidim kaj ponujajo zavarovalnice	1	1%	3%	93%
	sicer v kritju ni razlik ampak prihaja do razlik v premijah. vcasih ponujajo tudi kaksne akcije itd.	1	1%	3%	97%
	konkurenčna ponudba, cene	1	1%	3%	100%
Veljavni	Skupaj	29	18%	100%	

Q22		ZAKAJ BI SE NE POZANIMALI O RAZLIČNIH PONUDNIKIH?						
Podvprašanja		Enote					Navedbe	
		Frekvence	Veljavni	% - Veljavni	Ustrezni	% - Ustrezni	Frekvence	%
Q22a	KER SO VSE CENE (PREMIJE) PRIBLIŽNO ENAKE	4	4	100%	161	2%	4	80%
Q22b	NI VELIKE RAZLIKE MED PONUDNIKI	1	4	25%	161	1%	1	20%
Q22c	DRUGO, PROSIM NAVEDITE, KAJ:	0	4	0%	161	0%	0	0%
	SKUPAJ		4		161		5	100%

Q22c_text	Q22 (DRUGO, PROSIM NAVEDITE, KAJ:)				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa

Q23		KJE BI SE PRED SKLENITIVLJO ZAVAROVANJA POZANIMALI O ZAVAROVALNICI?						
Podvprašanja		Enote					Navedbe	
		Frekvence	Veljavni	% - Veljavni	Ustrezni	% - Ustrezni	Frekvence	%
Q23a	NA SPLETNI STRANI ZAVAROVALNICE	37	38	97%	161	23%	37	30%
Q23b	NA SPLETNIH FORUMIH	10	38	26%	161	6%	10	8%
Q23c	NA DRUŽBENIH MEDIJIH	3	38	8%	161	2%	3	2%
Q23d	OSEBNO PRI PONUDNIKI DOPOLNILNIH ZDRAVSTVENIH ZAVAROVANJ	22	38	58%	161	14%	22	18%
Q23e	PRI STARŠIH	23	38	61%	161	14%	23	18%

Q23f	PRI PRIJATELJIH	24	38	63%	161	15%	24	19%
Q23g	PRI DELODAJALCU	3	38	8%	161	2%	3	2%
Q23h	IZ PROMOCIJSKIH MATERIALOV (NA PRIMER LETAKOV)	3	38	8%	161	2%	3	2%
Q23i	DRUGO, PROSIM NAVEDITE, KAJ:	0	38	0%	161	0%	0	0%
	SKUPAJ		38		161		125	100%

Q23i_text	Q23 (DRUGO, PROSIM NAVEDITE, KAJ:)							
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa			

Q24	KDO BI LAHKO VPLIVAL NA VAŠO ODLOČITEV O SKLENITVI DOPOLNILNEGA ZDRAVSTVENEGA ZAVAROVANJA PRI DOLOČENI ZAVAROVALNICI?							
	Podvprašanja	Enote					Navedbe	
		Frekvence	Veljavni	% - Veljavni	Ustrezni	% - Ustrezni	Frekvence	%
Q24a	SAM/A BI SE ODLOČIL/A	38	42	90%	161	24%	38	41%
Q24b	STARŠI	25	42	60%	161	16%	25	27%
Q24c	PRIJATELJI	17	42	40%	161	11%	17	18%
Q24d	ZNANCI	9	42	21%	161	6%	9	10%
Q24e	PARTNERKA	4	42	10%	161	2%	4	4%
Q24f	DRUGE OSEBE, PROSIM NAVEDITE, KATERE:	0	42	0%	161	0%	0	0%
	SKUPAJ		42		161		93	100%

Q24f_text	Q24 (DRUGE OSEBE, PROSIM NAVEDITE, KATERE:)							
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa			

Q25	PO POMEMBNOСТИ RAZVRSTITE DEJAVNIKE, KI BI VPLIVALI NA VAŠO IZBIRO ZAVAROVALNICE:										
	Podvprašanja	Odgovori						Veljavni	Št. enot	Povprečje	Std. odklon
		SPLOH NI POMEMBEN DEJAVNIK	NI POMEMBEN DEJAVNIK	NITI NEPOMEMBEN NITI POMEMBEN	JE POMEMBEN DEJAVNIK	JE ZELO POMEMBEN DEJAVNIK	Skupaj				
Q25a	CENA	1 (2%)	1 (2%)	2 (5%)	12 (29%)	26 (62%)	42 (100%)	42	161	4.5	0.9
Q25b	DODATNE UGODNOSTI	0 (0%)	0 (0%)	2 (5%)	14 (33%)	26 (62%)	42 (100%)	42	161	4.6	0.6
Q25c	PRIPOROČILA PRIJATELJEV	3 (7%)	6 (14%)	6 (14%)	22 (52%)	5 (12%)	42 (100%)	42	161	3.5	1.1
Q25d	PRIPOROČILA STARŠEV	2 (5%)	3 (7%)	6 (14%)	19 (45%)	12 (29%)	42 (100%)	42	161	3.9	1.1
Q25e	PRIPOROČILA DELODAJALCA	20 (48%)	5 (12%)	6 (14%)	9 (21%)	2 (5%)	42 (100%)	42	161	2.2	1.4

Q25f	VSE NA ENEM MESTU ZAVAROVANO	4 (10%)	3 (7%)	16 (38%)	10 (24%)	9 (21%)	42 (100%)	42	161	3.4	1.2
Q25g	UGLED ZAVAROVALNICE	0 (0%)	3 (7%)	15 (36%)	13 (31%)	11 (26%)	42 (100%)	42	161	3.8	0.9
Q25h	DRUGO, PROSIM NAVEDITE, KAJ:	28 (67%)	1 (2%)	7 (17%)	2 (5%)	4 (10%)	42 (100%)	42	161	1.9	1.4

Q25h_text	Q25 (DRUGO, PROSIM NAVEDITE, KAJ:)				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	bližina poslovalnic	1	1%	7%	7%
	da niso lopoovi	1	1%	7%	14%
	potreba po zavarovanju	1	1%	7%	21%
	storitve	1	1%	7%	29%
	odnos osebja v zavarovnici	1	1%	7%	36%
	nič	1	1%	7%	43%
	nic	1	1%	7%	50%
		1	1%	7%	57%
	koliko denarja res izplačajo glede na nezgode ki so se dogodile	1	1%	7%	64%
	/	2	1%	14%	79%
	1	1	1%	7%	86%
	pretekle izkušnje z zavarovalnico	1	1%	7%	93%
	x	1	1%	7%	100%
Veljavni	Skupaj	14	9%	100%	

Q26	KATERE UGODNOSTI BI VAS NAJBOLJ PRITEGNILE, DA BI RAZMISLILI O SKLENITVI DOPOLNILNEGA ZDRAVSTVEGA ZAVAROVANJA PRI POSAMEZNI ZAVAROVALNICI?							
	Podvprašanja	Enote					Navedbe	
		Frekvence	Veljavni	% - Veljavni	Ustrezni	% - Ustrezni	Frekvence	%
Q26a	VREDNOSTNI BON ZA ZAVAROVANJE (avto, hiša itd.)	20	42	48%	161	12%	20	20%
Q26b	VREDNOSTNI BON ZA NAKUP V TRGOVINI MERCATOR/SPAR	2	42	5%	161	1%	2	2%
Q26c	VREDNOSTNI BON ZA SPLETNO NAKUPOVANJE	9	42	21%	161	6%	9	9%
Q26d	VREDNOSTNI BON ZA MOBILEGA OPERATERJA/ NAKUP TELEFONA	15	42	36%	161	9%	15	15%
Q26e	VINJETA	26	42	62%	161	16%	26	26%
Q26f	VREDNOSTNI BON ZA NAKUP VSTOPNIC PREK EVENTIM.SI	12	42	29%	161	7%	12	12%

Q26g	DODATNE ZDRAVSTVENE STORITVE, KI MI JIH OMOGOČA ZAVAROVALNICA (na primer drugo mnenje, posvet z zdravnikom specialistom, pomoč pri iskanju zdravstvenih storitev itd.)	17	42	40%	161	11%	17	17%
Q26h	DRUGO, PROSIM NAVEDITE, KAJ:	0	42	0%	161	0%	0	0%
	SKUPAJ		42		161		101	100%

Q26h_text	Q26 (DRUGO, PROSIM NAVEDITE, KAJ:)				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa

Q27	KATERE DRUŽBENE MEDIJE UPORABLJATE?							
	Podvprašanja	Enote					Navedbe	
		Frekvence	Veljavni	% - Veljavni	Ustrezni	% - Ustrezni	Frekvence	%
Q27a	NE UPORABLJAM DRUŽBENIH MEDIJEV	9	161	6%	161	6%	9	3%
Q27b	FACEBOOK	151	161	94%	161	94%	151	52%
Q27c	SNAP CHAT	54	161	34%	161	34%	54	18%
Q27d	INSTAGRAM	55	161	34%	161	34%	55	19%
Q27e	TWITTER	14	161	9%	161	9%	14	5%
Q27f	DRUGO, PROSIM NAVEDITE, KAJ:	10	161	6%	161	6%	10	3%
	SKUPAJ		161		161		293	100%

Q27f_text	Q27 (DRUGO, PROSIM NAVEDITE, KAJ:)				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	linkedin	2	1%	22%	22%
	okcupid	1	1%	11%	33%
	goole+	1	1%	11%	44%
	reddit	1	1%	11%	56%
	pinterest	1	1%	11%	67%
	youtube	1	1%	11%	78%
	linked in	1	1%	11%	89%
	viber	1	1%	11%	100%
Veljavni	Skupaj	9	6%	100%	

Q28 ZAKAJ UPORABLJATE DRUŽBENE MEDIJE?								
Podvprašanja		Enote					Navedbe	
		Frekvence	Veljavni	% - Veljavni	Ustrezni	% - Ustrezni	Frekvence	%
Q28a	DA SEM V KONTAKTU S PRIJATELJI	136	153	89%	161	84%	136	40%
Q28b	DA SEM INFORMIRAN/A O DOGODKIH	104	153	68%	161	65%	104	31%
Q28c	DA OBJAVLJAM SVOJE SLIKE	45	153	29%	161	28%	45	13%
Q28d	DA SPREMLJAM SLAVNE LJUDI	16	153	10%	161	10%	16	5%
Q28e	DA SLEDIM PRILJUBLJENIM BLAGOVNIM ZNAMKAM	21	153	14%	161	13%	21	6%
Q28f	ZA DRUGE STVARI, PROSIM NAVEDITE, KATERE:	16	153	10%	161	10%	16	5%
SKUPAJ			153		161		338	100%

Q28f_text	Q28 (ZA DRUGE STVARI, PROSIM NAVEDITE, KATERE:)				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	za sprostitev	1	1%	6%	6%
	za promocijo	1	1%	6%	13%
	priporočila za nakup	1	1%	6%	19%
	sledenje novicam	1	1%	6%	25%
	kratkočasenje	1	1%	6%	31%
	za spremljanje novic	1	1%	6%	38%
	za arhiv za slike itd, za koledar dogodkov	1	1%	6%	44%
	informacije	1	1%	6%	50%
	sledim tujim medijem	1	1%	6%	56%
	da se kratkočasim.	1	1%	6%	63%
	informiranost	2	1%	13%	75%
	navada	1	1%	6%	81%
	izdelava skupinskih seminarskih nalog	1	1%	6%	88%
	poslovne namene - trženje	1	1%	6%	94%
	opozori me na zanimive medijske zapise	1	1%	6%	100%
Veljavni	Skupaj	16	10%	100%	

Q29	KOLIKO ČASA DNEVNO PRIBLIŽNO UPORABLJATE DRUŽBENE MEDIJE? (na običajen delavnik, brez praznikov in počitnic)				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	1 (NAJVEČ ENO URO)	69	43%	45%	45%
	2 (NAJVEČ DVE URI)	33	20%	22%	67%
	3 (NAJVEČ TRI URE)	32	20%	21%	88%
	4 (NAJVEČ ŠTIRI URE)	16	10%	10%	98%
	5 (VEČ KOT ŠTIRI URE)	3	2%	2%	100%
Veljavni	Skupaj	153	95%	100%	

Povprečje	2.0	Std. Odklon	1.1
-----------	-----	-------------	-----

Q30	V KATEREM ČASOVNEM RAZPONU DNEVA NAJVEČ UPORABLJATE IZBRANI DRUŽBENI MEDIJ? (na običajen delavnik, brez praznikov in počitnic)							
	Podvprašanja	Enote					Navedbe	
		Frekvence	Veljavni	% - Veljavni	Ustrezni	% - Ustrezni	Frekvence	%
Q30a	ZJUTRAJ	48	153	31%	161	30%	48	17%
Q30b	DOPOLDAN	62	153	41%	161	39%	62	22%
Q30c	POPOLDAN	51	153	33%	161	32%	51	18%
Q30d	ZVEČER	108	153	71%	161	67%	108	38%
Q30e	PONOČI	18	153	12%	161	11%	18	6%
	SKUPAJ		153		161		287	100%

Q31	KATERE MEDIJE ŠE SPREMLJATE?							
	Podvprašanja	Enote					Navedbe	
		Frekvence	Veljavni	% - Veljavni	Ustrezni	% - Ustrezni	Frekvence	%
Q31a	TELEVIZIJO	131	161	81%	161	81%	131	42%
Q31b	RADIO	88	161	55%	161	55%	88	28%
Q31c	DNEVNE ČASOPISE	46	161	29%	161	29%	46	15%
Q31d	REVIJE (moda, motociklizem, avtomobilizem, kuharstvo itd.)	29	161	18%	161	18%	29	9%
Q31e	DRUGO, PROSIM NAVEDITE, KAJ:	15	161	9%	161	9%	15	5%
	SKUPAJ		161		161		309	100%

Q31e_text	Q31 (DRUGO, PROSIM NAVEDITE, KAJ:)				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	vse kar nudi internet	1	1%	8%	8%
	novice na spletnih straneh (al Jazeera, guardian...)	1	1%	8%	15%
	spletne različice časopisov	1	1%	8%	23%
	internet razno	1	1%	8%	31%
	mediji na spletu	1	1%	8%	38%
	nic	1	1%	8%	46%
	spletne	1	1%	8%	54%
	ne spremljam drugih medijev	1	1%	8%	62%
	internet	2	1%	15%	77%
	spletne medije, siol, mmc	1	1%	8%	85%
	nič	1	1%	8%	92%
	na socialnem omrežju zbrane novice o aktualnem dogajanju po svetu (politika, gospodarstvo, ekonomija...)	1	1%	8%	100%
Veljavni	Skupaj	13	8%	100%	

Q32	KJE OBIČAJNO IŠČETE INFORMACIJE O STORITVAH, KI VAS ZANIMAJO?							
	Podvprašanja	Enote					Navedbe	
		Frekvence	Veljavni	% - Veljavni	Ustrezni	% - Ustrezni	Frekvence	%
Q32a	PO INTERNETU	161	161	100%	161	100%	161	74%
Q32b	V DNEVNEM ČASOPISJU IN REVIJAH	5	161	3%	161	3%	5	2%
Q32c	PRI ZNANCIH	50	161	31%	161	31%	50	23%
Q32d	DRUGO, PROSIM NAVEDITE, KAJ:	2	161	1%	161	1%	2	1%
	SKUPAJ		161		161		218	100%

Q32d_text	Q32 (DRUGO, PROSIM NAVEDITE, KAJ:)				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	na sedežu storitev	1	1%	100%	100%
Veljavni	Skupaj	1	1%	100%	

Q33	SI KDAJ PREBERETE VSEBINO URADNE SPLETNE STRANI PONUDNIKA, KATERIH STORITEV VAS ZANIMA?				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	1 (VEDNO)	75	47%	47%	47%
	2 (OBČASNO)	79	49%	49%	96%
	3 (NIKOLI)	7	4%	4%	100%
Veljavni	Skupaj	161	100%	100%	

Povprečje	1.6	Std. Odklon	0.6
-----------	-----	-------------	-----

Q34	KDAJ ZAZNATE OGLASNA SPOROČILA PRI UPORABI INTERNETA?							
	Podvprašanja	Enote					Navedbe	
		Frekvence	Veljavni	% - Veljavni	Ustrezni	% - Ustrezni	Frekvence	%
Q34a	KO UTRIPAJO NA EKRANU	61	161	38%	161	38%	61	18%
Q34b	KO SE PRIKAŽE VELIKO OKNO	74	161	46%	161	46%	74	22%
Q34c	KO SE OGLAS POKAŽE MED BESEDILOM	37	161	23%	161	23%	37	11%
Q34d	KO SE OGLAS VEČKRAT ZAPORED PRIKAŽE	39	161	24%	161	24%	39	11%
Q34e	KO SEM PRISILJEN/A OGLASNO SPOROČILO IZKLOPITI	117	161	73%	161	73%	117	34%
Q34f	DRUGO, PROSIM NAVEDITE, KAJ:	15	161	9%	161	9%	15	4%
	SKUPAJ		161		161		343	100%

Q34f_text	Q34 (DRUGO, PROSIM NAVEDITE, KAJ:)				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	nic	1	1%	7%	7%
	praktično vedno in me zelo motijo	1	1%	7%	14%
	se me ne dotaknejo	1	1%	7%	21%
	nadležno prikrito oglaševanje	1	1%	7%	29%
	uporabljam ad block	1	1%	7%	36%
	imam blokado oglasov	1	1%	7%	43%
	nikoli	1	1%	7%	50%
	zaznam ampak ne upostevam (oz. niti ne zasledim)	1	1%	7%	57%
	jih ne zaznam. imam vsa blokirana...	1	1%	7%	64%
	oglas se mi ne prikazujejo (ad block)	1	1%	7%	71%
	oglas zaznavam ne glede na njihovo (pojavno) obliko, ker me takoj zmotijo	1	1%	7%	79%

	vedno	1	1%	7%	86%
	izklopljeno	1	1%	7%	93%
	vidim jih vedno (zorni kot celotnega ekrana), vendar se z oglasi ne obremenjujem oz. jim ne posvečam pozornosti	1	1%	7%	100%
Veljavni	Skupaj	14	9%	100%	

Q35		KAJ VAS NAVADNO NAJBOLJ PRITEGNE K OGLEDU OGLASA DOLOČENE STORITVE?						
Podvprašanja		Enote					Navedbe	
		Frekvence	Veljavni	% - Veljavni	Ustrezni	% - Ustrezni	Frekvence	%
Q35a	VSEBINA OGLASA	89	161	55%	161	55%	89	35%
Q35b	NASLOV OGLASA	32	161	20%	161	20%	32	13%
Q35c	VELIKOST OGLASA	19	161	12%	161	12%	19	7%
Q35d	BARVE OGLASA	38	161	24%	161	24%	38	15%
Q35e	ZNANA OSEBNOST NA OGLASU	51	161	32%	161	32%	51	20%
Q35f	DRUGO, PROSIM NAVEDITE, KAJ:	26	161	16%	161	16%	26	10%
	SKUPAJ		161		161		255	100%

Q35f_text	Q35 (DRUGO, PROSIM NAVEDITE, KAJ:)				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	zvok	2	1%	8%	8%
	ne pritegne me	1	1%	4%	13%
	ne odpiram oglasov	1	1%	4%	17%
	oglasji so nadležni in me ne pritegnejo	1	1%	4%	21%
	nič posebnega	1	1%	4%	25%
	skorajda nič	1	1%	4%	29%
	me ne pritegne, ko kaj potrebujem informacije poiščem sama	1	1%	4%	33%
	slika	1	1%	4%	38%
	ad block preprečuje oglase	1	1%	4%	42%
	zabavni oglas	1	1%	4%	46%
	me ne pritegne	1	1%	4%	50%
	ne vem	1	1%	4%	54%
	nevsiljivost	1	1%	4%	58%
	nič me ne pritegne	1	1%	4%	63%
	gumb za izklop oglasa.	1	1%	4%	67%
	glasba	2	1%	8%	75%

	nič, če nekaj iščem bom že našla	1	1%	4%	79%
	nič, me ne zanimajo oglasi	1	1%	4%	83%
	oglasov nanadmo ne gledam	1	1%	4%	88%
	navadno ne maram oglasevanja	1	1%	4%	92%
	priporočilo, naj si oglas ogledam	1	1%	4%	96%
	nic	1	1%	4%	100%
Veljavni	Skupaj	24	15%	100%	

Q36 KAJ BI VAS NAJBOLJ PRITEGNILO K OGLEDU OGLASA O DOPOLNILNEM ZDRAVSTVENEM ZAVAROVANJU?								
	Podvprašanja	Enote					Navedbe	
		Frekvence	Veljavni	% - Veljavni	Ustrezni	% - Ustrezni	Frekvence	%
Q36a	VSEBINA OGLASA	68	161	42%	161	42%	68	29%
Q36b	NASLOV OGLASA	41	161	25%	161	25%	41	17%
Q36c	VELIKOST OGLASA	18	161	11%	161	11%	18	8%
Q36d	BARVE OGLASA	28	161	17%	161	17%	28	12%
Q36e	ZNANA OSEBNOST NA OGLASU	52	161	32%	161	32%	52	22%
Q36f	DRUGO, PROSIM NAVEDITE, KAJ:	28	161	17%	161	17%	28	12%
	SKUPAJ		161		161		235	100%

Q36f_text	Q36 (DRUGO, PROSIM NAVEDITE, KAJ:)				
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	me ne zanima niti približno reklama o dzz	1	1%	4%	4%
	zabavni oglas	1	1%	4%	7%
	nič. totalno dolgočasna.	1	1%	4%	11%
	kreativnost	1	1%	4%	15%
	verjetno nič, ker me ne bi zanimalo	1	1%	4%	19%
	dobra glasba	2	1%	7%	26%
	me ne zanimajo oglasi za zavarovanja	1	1%	4%	30%
	oglas me odvrtaajo	1	1%	4%	33%
	zvok	2	1%	7%	41%
	najverjetneje nič.	1	1%	4%	44%
	ga imam že sklenjenega in me potem to ne zanima več	1	1%	4%	48%
	nič. če me kaj zanima si lahko pogledam na uradni strani.	1	1%	4%	52%

	ne vem	2	1%	7%	59%
	glasba	1	1%	4%	63%
	storitev bi me morala zanimati	1	1%	4%	67%
	me ne bi, če bi kaj potrebovala, bi informacije poiskala sama	1	1%	4%	70%
	akcija za še ugodnejšo premijo	1	1%	4%	74%
	realno besedilo	1	1%	4%	78%
	nikoli si nisem ogledala takšnega oglasa.	1	1%	4%	81%
	nic, ce bi rabila bi se pozanimala sama.	1	1%	4%	85%
	nič me nebi pritegnilo	1	1%	4%	89%
	nič	2	1%	7%	96%
	bolj težko bi me	1	1%	4%	100%
Veljavni	Skupaj	27	17%	100%	

Q37 ALI SE VAM ZDI SMISELNO IMETI VSE ZAVAROVANO PRI ENI ZAVAROVALNICI?					
	Odgovori	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	1 (NE, PROSIM POJASNITE, ZAKAJ:)	42	26%	26%	26%
	2 (DA, PROSIM POJASNITE, ZAKAJ:)	119	74%	74%	100%
Veljavni	Skupaj	161	100%	100%	

Povprečje	1.7	Std. Odsklon	0.4
-----------	-----	--------------	-----

Q37_1_text	Q37 (NE, PROSIM POJASNITE, ZAKAJ:)	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	ker danes povod vse zelo hitro uredijo brez komplikacij	1	1%	3%	3%
	treba je poiskati najugodnejšo rešitev.	1	1%	3%	7%
	ker so razlike v ponudbi zavarovanj	1	1%	3%	10%
	zavarovanje sklenem tam, kjer dobim najboljšo ponudbo (t.j največ za moj denar)	1	1%	3%	13%
	ker ne nudijo vse enake pogoje	1	1%	3%	17%
	ena zavarovalnica nima vseh zavarovanj najbolj ugodnih na trgu (zdravstveno, avtomobilsko, stanovanjsko..). imam raje vse ločeno.	1	1%	3%	20%
	zato ker je veliko izbire in vsi imajo različne ugodnosti	1	1%	3%	23%
	bolje razpršiti	1	1%	3%	27%
	odvisno od cene	1	1%	3%	30%
	ker ni nujno, da je bolj ugodno in kakovostno	1	1%	3%	33%
	nepomembno	1	1%	3%	37%
	odvisni od ponudbe	1	1%	3%	40%
	ker različne zavarovalnice ponujajo različne pogoje zavarovanja	1	1%	3%	43%
	zavaruješ se tam, kjer oceniš da boš imel največjo korist.	1	1%	3%	47%
	ker je lahko ceneje, če imaš stvari razdeljeno med zavarovalnicami	1	1%	3%	50%
	različne cene	1	1%	3%	53%
	ker v praksi ključ tako imenovanim paketnim popustom se da vedno še kaj izcimiti	1	1%	3%	57%
	nikoli ni pametno dati vseh jaje v eno košaro	1	1%	3%	60%

	ni nujno da je na koncu najbolj ugodno	1	1%	3%	63%
	to ne vpliva na zdravstveno oskrbo	1	1%	3%	67%
	boljše imeti zavarovano na več koncih	1	1%	3%	70%
	ker prideš ceneje skozi, če imaš zavarovano na več mestih	1	1%	3%	73%
	cena	1	1%	3%	77%
	ker ni nuja	1	1%	3%	80%
	ker je boljše iskati cenovno najugodnejše ponudnike za vsako vrsto zavarovanja	1	1%	3%	83%
	ker ni nujno, da se izplača	1	1%	3%	87%
	ugodnosti	1	1%	3%	90%
	različne ugodnosti pri različnih zavarovalnicah (avtomobil ločeno od dopolnilnega zdr. zavarovanja, ipd.)	1	1%	3%	93%
	vsaka zav. je nekje dobra, nekje slaba	1	1%	3%	97%
	različne cene in različna ponudba za enaka zavarovanja, zato je smiselno izbrati najugodnejšo ponudbo	1	1%	3%	100%
Veljavni	Skupaj	30	19%	100%	

Q37_2_text	Q37 (DA, PROSIM POJASNITE, ZAKAJ:)	Frekvenca	Odstotek	Veljavni	Kumulativa
	Odgovori				
	če je potem bolj ugodno	1	1%	1%	1%
	vse na enem mestu	1	1%	1%	2%
	če je zato bolj cenovno ugodno	1	1%	1%	3%
	enostavneje, več ugodnosti.	1	1%	1%	4%
	ker dobiš popust na komplet oz več zavarovanj	1	1%	1%	5%
	ker to pogosto prinaša dodatne ugodnosti in ker želim imeti zavarovanja pri zavarovalnici s katero imam dobre izkušnje tudi takrat, ko je zavarovalnica dolžna nekaj tebi in ne samo ko si ti njej	1	1%	1%	6%
	lahko prinese dodatne ugodnosti.	1	1%	1%	7%
	brez komplikacij	1	1%	1%	8%
	manj dela	1	1%	1%	9%
	v primeru, da zaradi tega zavarovalnica ponuja dodatne ugodnosti	1	1%	1%	10%
	enostavno	1	1%	1%	11%
	zaradi popustov	1	1%	1%	12%
	ker je nesmisel imeti 5 različnih zavarovalnic-nič nebi pridobili na ta način	1	1%	1%	13%
	popusti, enoten agent, preglednost...	1	1%	1%	14%
	ker imaš potem vse na enem mestu, ne rabiš iti za vsako stvar k drugi zavarovalnici	1	1%	1%	15%
	v kolikor je zvestoba nagrajena. manj transprrta, razmisljanja, ipd.	1	1%	1%	16%
	cenejše	1	1%	1%	17%
	zaradi dodatnih ugodnosti	1	1%	1%	18%
	lažje usklajevanje	1	1%	1%	19%
	da imaš vse na istem mestu in ni treba hodit in čakati v vrsti pri različnih ponudnikih	1	1%	1%	20%
	načeloma imaš več ugodnosti, če imaš vsa zavarovanja na enem mestu	1	1%	1%	21%
	ker lahko dobiš kakšno ugodnost	1	1%	1%	22%
	ugodnosti, enostavneje	1	1%	1%	23%
	če je posledično bolj ugodno in se hitreje vse uredi	1	1%	1%	24%
	zato ker zavarovalnica gleda visine nasih vplacanih premij in skod. nato pa na podlagi teh rezultatov placamo visino premije in dobimo dodatne ugodnosti.	1	1%	1%	25%
	navadno sledijo ugodnosti	1	1%	1%	26%
	zaradi ugodnosti, ki jih taka oblika prinaša.	1	1%	1%	27%
	če so ugodnosti	1	1%	1%	28%
	praktičnost	1	1%	1%	29%
	lažje urejanje, popusti	1	1%	1%	30%
	ker je vseskupaj samo ožemanje. nimam interesa da financiram določene interesne skupine.	1	1%	1%	31%
	popusti	2	1%	2%	33%
	paketno zavarovanje popusti	1	1%	1%	34%
	popusti, vse urejamo na enem mestu, poznajo in razumejo naso situacijo, ker poznajo nase zavarovane materialne stvari	1	1%	1%	35%
	manj papirologije, ugodnosti	1	1%	1%	36%
	1 kontakt / simplifikacija	1	1%	1%	37%

	manj vzame časa za vse opraviti	1	1%	1%	38%
	ker je manj kompliciranja	1	1%	1%	39%
	lažja dostopnost do informacij, en zastopnik, popusti	1	1%	1%	40%
	če je bolj ugodno	2	1%	2%	42%
	čas, cena	1	1%	1%	43%
	vse na enem mestu - praktičnost in možnost dodatnih ugodnosti	1	1%	1%	44%
	ugodnosti	4	2%	4%	48%
	ker ne razdajata informacij večim partnerjem	1	1%	1%	49%
	ker si tako lahko deležen kakega popusta	1	1%	1%	51%
	lahko uredim vse z enim agentom. mogoče dobim tudi popust.	1	1%	1%	52%
	dodatne ugodnosti	3	2%	3%	55%
	več bonusa	1	1%	1%	56%
	lažje planiranje stroškov	1	1%	1%	57%
	cenovno ugodno	1	1%	1%	58%
	če je vse skupaj bolj cenovno ugodno	1	1%	1%	59%
	ker potem uredimo vse naenkrat in se ne izgublja časa	1	1%	1%	60%
	vse lahko uredim na enem mestu	1	1%	1%	61%
	lažje urejanje	1	1%	1%	62%
	zaradi ugodnosti, ki jih ta način prinaša in zaradi preglednosti.	1	1%	1%	63%
	ugodnosti.	1	1%	1%	64%
	vse naenkrat urediš, manj zapletov	1	1%	1%	65%
	book enostavno	1	1%	1%	66%
	praktičnost	1	1%	1%	67%
	paketska ponudba	1	1%	1%	68%
	preglednost	1	1%	1%	69%
	zaradi skupnega paketa	1	1%	1%	70%
	če je cenovno bolj ugodno	2	1%	2%	72%
	nic	1	1%	1%	73%
	zdi se mi smiselno le v primeru, da je zavarovalnica zelo stabilna in tako sposobna izplačati svoje potencialne skode. če imas več stvari sklenjenih pr njih si lahko napoloma izpogajas boljše premije in dodatne ugodnosti	1	1%	1%	74%
	če dobim posledično več ugodnosti	1	1%	1%	75%
	možnost popustov in prihranek časa.	1	1%	1%	76%
	dokler so konkurencni je lažje urediti vse na enem mestu	1	1%	1%	77%
	manj birokracije, poousti, en agent, zaupanje ..	1	1%	1%	78%
	čas	1	1%	1%	79%
	če je bolj cenovno ugodno	1	1%	1%	80%
	ker imas visjo pogajalsko moc	1	1%	1%	81%
	priročnost	1	1%	1%	82%
	lažje ker že imaš neke info in ti jih ni treba na novo iskati	1	1%	1%	83%
	odvisno od dodatnih ugodnosti	1	1%	1%	84%
	več ugodnosti	1	1%	1%	85%
	če so dodatne ugodnosti	2	1%	2%	87%
	razne ugodnosti, manj problemov	1	1%	1%	88%
	enostavneje	1	1%	1%	89%
	zaradi paketnih popustov ki jih s tem pridobiš	1	1%	1%	90%
	če je vse skupaj bolj ugodno	1	1%	1%	91%
	včasih da, včasih ne	1	1%	1%	92%
	ker je tako bolj enostavno	1	1%	1%	93%
	ker dobim vse na enem mestu	1	1%	1%	94%
	manj skrbi	1	1%	1%	95%
	morebitne ugodnosti, manj papirologije, enostavnost	1	1%	1%	96%
	ni nobenih dodatnih skrbi. in vzame manj časa.	1	1%	1%	97%
	večja preglednost in možnost pridobitve dodatnih ugodnosti.	1	1%	1%	98%
	prijrjajsas cas	1	1%	1%	99%
	če je zato bolj ugodna celotna storitev	1	1%	1%	100%
Veljavni	Skupaj	99	61%	100%	

PRILOGA 5: Rezultati odgovorov na anketo – izračuni SPSS

Tabela 1: Povezava dosežene stopnje izobrazbe z branjem uradne spletne strani

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Izobrazba * Si preberete uradno spletno stran storitve, ki vas zanima	127	100,0%	0	0,0%	127	100,0%

Tabela 2: Dosežena stopnja izobrazbe

		Si preberete uradno spletno stran storitve, ki vas zanima			Total
		Vedno	Občasno	Nikoli	
		Count	1	0	
Končana osnovna šola	Expected Count	,5	,5	,1	1,0
	% within Izobrazba	100,0%	0,0%	0,0%	100,0%
	Count	0	1	0	1
Poklicna šola	Expected Count	,5	,5	,1	1,0
	% within Izobrazba	0,0%	100,0%	0,0%	100,0%
	Count	12	16	2	30
Srednja šola	Expected Count	14,6	13,7	1,7	30,0
	% within Izobrazba	40,0%	53,3%	6,7%	100,0%
	Count	10	4	3	17
Višja ali visoka šola	Expected Count	8,3	7,8	,9	17,0
	% within Izobrazba	58,8%	23,5%	17,6%	100,0%
	Count	31	34	2	67
Univerzitetna izobrazba	Expected Count	32,7	30,6	3,7	67,0
	% within Izobrazba	46,3%	50,7%	3,0%	100,0%
	Count	8	3	0	11
Magisterij	Expected Count	5,4	5,0	,6	11,0
	% within Izobrazba	72,7%	27,3%	0,0%	100,0%
	Count	62	58	7	127
Total	Expected Count	62,0	58,0	7,0	127,0
	% within Izobrazba	48,8%	45,7%	5,5%	100,0%

Tabela 3: Rezultat hi-kvadrat preizkusa za preverbo hipoteze 3: Dosežena stopnja izobrazbe vpliva na intenzivnost iskanja informacij o dopolnilnem zdravstvenem zavarovanju pri mladih

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	13,843 ^a	10	,180
Likelihood Ratio	14,023	10	,172
Linear-by-Linear Association	1,579	1	,209
N of Valid Cases	127		

a. 10 cells (55,6%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,06.

Tabela 4: Povezava med ponujenimi ugodnostmi z branjem uradne spletne strani

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Dodatne ugodnosti * Si preberete uradno spletno stran storitve, ki vas zanima	90	70,9%	37	29,1%	127	100,0%
Dodatne ugodnosti * Si preberete uradno spletno stran storitve, ki vas zanima	37	29,1%	90	70,9%	127	100,0%

Tabela 5: Pomembnost ponujenega dejavnika - dodatne ugodnosti

		Si preberete uradno spletno stran			Total	
		storitve, ki vas zanima				
		Vedno	Občasno	Nikoli		
Dodatne ugodnosti		Count	2	4	0	6
	Splah ni pomemben dejavnik	Expected Count	2,8	2,9	,3	6,0
		% within Dodatne ugodnosti	33,3%	66,7%	0,0%	100,0%
		Count	6	5	0	11
	Ni pomemben dejavnik	Expected Count	5,1	5,3	,6	11,0
		% within Dodatne ugodnosti	54,5%	45,5%	0,0%	100,0%
		Count	7	6	1	14
	Niti nepomemben niti pomemben	Expected Count	6,5	6,7	,8	14,0
		% within Dodatne ugodnosti	50,0%	42,9%	7,1%	100,0%
		Count	14	16	2	32
	Pomemben dejavnik	Expected Count	14,9	15,3	1,8	32,0
		% within Dodatne ugodnosti	43,8%	50,0%	6,3%	100,0%
	Count	13	12	2	27	
Zelo pomemben dejavnik	Expected Count	12,6	12,9	1,5	27,0	
	% within Dodatne ugodnosti	48,1%	44,4%	7,4%	100,0%	
Total		Count	42	43	5	90
		Expected Count	42,0	43,0	5,0	90,0
		% within Dodatne ugodnosti	46,7%	47,8%	5,6%	100,0%

Tabela 6: Rezultat hi-kvadrat preizkusa za preverbo hipoteze 4: Več dodatnih ugodnosti ob sklenitvi zavarovanja pozitivno vpliva na aktivnost mladih pri iskanju informacij o dopolnilnem zdravstvenem zavarovanju (mladi, ki so že sklenili zavarovanje)

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	2,309 ^a	8	,970
Likelihood Ratio	3,204	8	,921
Linear-by-Linear Association	,077	1	,781
N of Valid Cases	90		

a. 7 cells (46,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,33.

Tabela 7: Pomembnost ponujenega dejavnika - dodatne ugodnosti

			Si preberete uradno spletno stran storitve, ki vas zanima			Total
			Vedno	Občasno	Nikoli	
Dodatne ugodnosti	Niti nepomemben niti pomemben	Count	0	0	1	1
		Expected Count	,5	,4	,1	1,0
		% within Dodatne ugodnosti	0,0%	0,0%	100,0%	100,0 %
	Pomemben dejavnik	Count	6	5	0	11
		Expected Count	5,9	4,5	,6	11,0
		% within Dodatne ugodnosti	54,5%	45,5%	0,0%	100,0 %
	Zelo pomemben dejavnik	Count	14	10	1	25
		Expected Count	13,5	10,1	1,4	25,0
		% within Dodatne ugodnosti	56,0%	40,0%	4,0%	100,0 %
Total	Count	20	15	2	37	
	Expected Count	20,0	15,0	2,0	37,0	
	% within Dodatne ugodnosti	54,1%	40,5%	5,4%	100,0 %	

Tabela 8: Rezultat hi-kvadrat preizkusa za preverbo hipoteze 4: Več dodatnih ugodnosti ob sklenitvi zavarovanja pozitivno vpliva na aktivnost mladih pri iskanju informacij o dopolnilnem zdravstvenem zavarovanju (mladi, ki še niso sklenili zavarovanja)

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	18,271 ^a	4	,001
Likelihood Ratio	7,208	4	,125
Linear-by-Linear Association	1,408	1	,235
N of Valid Cases	37		

a. 6 cells (66,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,05.

Tabela 9: Uporaba družbenih medijev

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Koliko časa dnevno uporabljate družbene medije * Si preberete uradno spletno stran storitve, ki vas zanima	127	100,0%	0	0,0%	127	100,0%

Tabela 10: Dnevna uporaba družbenih medijev

		Si preberete uradno spletno stran storitve, ki vas zanima			Total
		Vedno	Občasno	Nikoli	
			Count	0	
	Expected Count	2,0	1,8	,2	4,0
-2	% within Koliko časa dnevno uporabljate družbene medije	0,0%	50,0%	50,0%	100,0%
	Count	25	21	2	48
	Expected Count	23,4	21,9	2,6	48,0
Največ eno uro	% within Koliko časa dnevno uporabljate družbene medije	52,1%	43,8%	4,2%	100,0%
	Count	13	15	0	28
	Expected Count	13,7	12,8	1,5	28,0
Največ dve uri	% within Koliko časa dnevno uporabljate družbene medije	46,4%	53,6%	0,0%	100,0%
Koliko časa dnevno uporabljate družbene medije	Count	16	14	1	31
	Expected Count	15,1	14,2	1,7	31,0
Največ tri ure	% within Koliko časa dnevno uporabljate družbene medije	51,6%	45,2%	3,2%	100,0%
	Count	7	6	1	14
	Expected Count	6,8	6,4	,8	14,0
Največ štiri ure	% within Koliko časa dnevno uporabljate družbene medije	50,0%	42,9%	7,1%	100,0%
	Count	1	0	1	2
	Expected Count	1,0	,9	,1	2,0
Več kot štiri ure	% within Koliko časa dnevno uporabljate družbene medije	50,0%	0,0%	50,0%	100,0%
	Count	62	58	7	127
	Expected Count	62,0	58,0	7,0	127,0
Total	% within Koliko časa dnevno uporabljate družbene medije	48,8%	45,7%	5,5%	100,0%

Tabela 11: Rezultat hi-kvadrat preizkusa za preverbo hipoteze 5: Mladi, ki bolj pogosto spremljajo družbene medije, so bolj aktivni pri iskanju informacij o dopolnilnem zdravstvenem zavarovanju prek spleta

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	27,129 ^a	10	,002
Likelihood Ratio	17,924	10	,056
Linear-by-Linear Association	1,720	1	,190
N of Valid Cases	127		

a. 10 cells (55,6%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,11.

Tabela 12: Iskanje informacij z znano osebnostjo v oglasu

	Cases					
	Valid		Missing		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
Ste se pozanimali pred sklenitvijo * Znana osebnost v oglasu	90	70,9%	37	29,1%	127	100,0%
Ste se pozanimali pred sklenitvijo * Znana osebnost v oglasu	90	70,9%	37	29,1%	127	100,0%
Bi se pred sklenitvijo pozanimali * Znana osebnost v oglasu	37	29,1%	90	70,9%	127	100,0%
Bi se pred sklenitvijo pozanimali * Znana osebnost v oglasu	37	29,1%	90	70,9%	127	100,0%

Tabela 13: Povezava iskanje informacij z znano osebnostjo v oglasu

		Znana osebnost na oglasu		Total
		0	1	
Ne Ste se pozanimali pred sklenitvijo	Count	28	17	45
	Expected Count	32,0	13,0	45,0
	% within Ste se pozanimali pred sklenitvijo	62,2%	37,8%	100,0%
	Count	36	9	45
	Expected Count	32,0	13,0	45,0
	% within Ste se pozanimali pred sklenitvijo	80,0%	20,0%	100,0%
Da Ste se pozanimali pred sklenitvijo	Count	64	26	90
	Expected Count	64,0	26,0	90,0
	% within Ste se pozanimali pred sklenitvijo	71,1%	28,9%	100,0%
	Count	64	26	90
	Expected Count	64,0	26,0	90,0
	% within Ste se pozanimali pred sklenitvijo	71,1%	28,9%	100,0%
Total				

Tabela 14: Rezultat hi-kvadrat preizkusa za preverbo hipoteze 6: Znana osebnost v oglasu pozitivno vpliva na pripravljenost mladih pri iskanju informacij o dopolnilnem zdravstvenem zavarovanju (mladi, ki so že sklenili zavarovanje)

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	3,462 ^a	1	,063		
Continuity Correction ^b	2,650	1	,104		
Likelihood Ratio	3,505	1	,061		
Fisher's Exact Test				,103	,051
Linear-by-Linear Association	3,423	1	,064		
N of Valid Cases	90				

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 13,00.

b. Computed only for a 2x2 table

Tabela 15: Povezava iskanje informacij z znano osebnostjo v oglasu

		Znana osebnost na oglasu		Total
		0	1	
Ste se pozanimali pred sklenitvijo	Count	28	17	45
	Expected Count	31,0	14,0	45,0
	% within Ste se pozanimali pred sklenitvijo	62,2%	37,8%	100,0%
	Count	34	11	45
	Expected Count	31,0	14,0	45,0
	% within Ste se pozanimali pred sklenitvijo	75,6%	24,4%	100,0%
Total	Count	62	28	90
	Expected Count	62,0	28,0	90,0
	% within Ste se pozanimali pred sklenitvijo	68,9%	31,1%	100,0%

Tabela 16: Hi-kvadrat preizkus

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	1,866 ^a	1	,172		
Continuity Correction ^b	1,296	1	,255		
Likelihood Ratio	1,877	1	,171		
Fisher's Exact Test				,255	,127
Linear-by-Linear Association	1,846	1	,174		
N of Valid Cases	90				

a. 0 cells (0,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 14,00.

b. Computed only for a 2x2 table

Tabela 17: Povezava iskanje informacij z znano osebnostjo v oglasu

		Znana osebnost na oglasu		Total
		0	1	
Bi se pred sklenitvijo pozanimali	Count	2	0	2
	Expected Count	,8	1,2	2,0
	% within Bi se pred sklenitvijo pozanimali	100,0%	0,0%	100,0%
	Count	13	22	35
	Expected Count	14,2	20,8	35,0
	% within Bi se pred sklenitvijo pozanimali	37,1%	62,9%	100,0%
	Count	15	22	37
	Expected Count	15,0	22,0	37,0
	% within Bi se pred sklenitvijo pozanimali	40,5%	59,5%	100,0%

Tabela 18: Rezultat hi-kvadrat preizkusa za preverbo hipoteze 6: Znana osebnost v oglasu pozitivno vpliva na pripravljenost mladih pri iskanju informacij o dopolnilnem zdravstvenem zavarovanju (mladi, ki še niso sklenili zavarovanje)

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	3,101 ^a	1	,078		
Continuity Correction ^b	1,042	1	,307		
Likelihood Ratio	3,781	1	,052		
Fisher's Exact Test				,158	,158
Linear-by-Linear Association	3,017	1	,082		
N of Valid Cases	37				

a. 2 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,81.

b. Computed only for a 2x2 table

Tabela 19: Povezava iskanje informacij z znano osebnostjo v oglasu

		Znana osebnost na oglasu		Total
		0	1	
Bi se pred sklenitvijo poanimali	Count	2	0	2
	Expected Count	,8	1,2	2,0
	% within Bi se pred sklenitvijo poanimali	100,0%	0,0%	100,0%
	Count	13	22	35
	Expected Count	14,2	20,8	35,0
	% within Bi se pred sklenitvijo poanimali	37,1%	62,9%	100,0%
Total	Count	15	22	37
	Expected Count	15,0	22,0	37,0
	% within Bi se pred sklenitvijo poanimali	40,5%	59,5%	100,0%

Tabela 20: Hi-kvadrat preizkus

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)	Exact Sig. (2-sided)	Exact Sig. (1-sided)
Pearson Chi-Square	3,101 ^a	1	,078		
Continuity Correction ^b	1,042	1	,307		
Likelihood Ratio	3,781	1	,052		
Fisher's Exact Test				,158	,158
Linear-by-Linear Association	3,017	1	,082		
N of Valid Cases	37				

a. 2 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,81.

b. Computed only for a 2x2 table

Tabela 21: Dejavniki izbire

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum	
					Lower Bound	Upper Bound			
Dejavnik cena zavarovani	so	90	3,7667	1,21831	,12842	3,5115	4,0218	1,00	5,00
	niso zavarovani	37	4,4865	,90128	,14817	4,1860	4,7870	1,00	5,00
	Total	127	3,9764	1,17827	,10455	3,7695	4,1833	1,00	5,00
Dejavnik dodatne ugodnosti zavarovani	so	90	3,7000	1,21276	,12784	3,4460	3,9540	1,00	5,00
	niso zavarovani	37	4,6486	,53832	,08850	4,4692	4,8281	3,00	5,00
	Total	127	3,9764	1,14410	,10152	3,7755	4,1773	1,00	5,00
Dejavnik priporočila prijateljev zavarovani	so	90	3,0000	1,23616	,13030	2,7411	3,2589	1,00	5,00
	niso zavarovani	37	3,5676	1,01490	,16685	3,2292	3,9060	1,00	5,00
	Total	127	3,1654	1,20029	,10651	2,9546	3,3761	1,00	5,00
Dejavnik priporočila staršev zavarovani	so	90	3,3444	1,26457	,13330	3,0796	3,6093	1,00	5,00
	niso zavarovani	37	4,0000	,91287	,15008	3,6956	4,3044	1,00	5,00
	Total	127	3,5354	1,20709	,10711	3,3235	3,7474	1,00	5,00
Dejavnik priporočila delodajalca zavarovani	so	90	2,6667	1,30685	,13775	2,3930	2,9404	1,00	5,00
	niso zavarovani	37	2,2162	1,41687	,23293	1,7438	2,6886	1,00	5,00
	Total	127	2,5354	1,34987	,11978	2,2984	2,7725	1,00	5,00
Dejavnik vse na enem mestu zavarovano zavarovani	so	90	3,5444	1,30824	,13790	3,2704	3,8184	1,00	5,00
	niso zavarovani	37	3,4054	1,23512	,20305	2,9936	3,8172	1,00	5,00
	Total	127	3,5039	1,28405	,11394	3,2785	3,7294	1,00	5,00
Dejavnik ugled zavarovalnice zavarovani	so	90	3,5556	1,22805	,12945	3,2983	3,8128	1,00	5,00
	niso zavarovani	37	3,7027	,93882	,15434	3,3897	4,0157	2,00	5,00
	Total	127	3,5984	1,14960	,10201	3,3965	3,8003	1,00	5,00

Tabela 22: Rezultati analize variance (ANOVA preizkus) za preverbo hipoteze 7-13: Razlika med skupinami glede na pomembnost dejavnikov

	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
Dejavnik cena	3,288	1	125	,072
Dejavnik dodatne ugodnosti	19,944	1	125	,000
Dejavnik priporočila prijateljev	2,195	1	125	,141
Dejavnik priporočila staršev	12,446	1	125	,001
Dejavnik priporočila delodajalca	1,461	1	125	,229
Dejavnik vse na enem mestu zavarovano	,394	1	125	,532
Dejavnik ugled zavarovalnice	2,416	1	125	,123

Tabela 23: Tabela ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Dejavnik cena	Between Groups	13,586	1	13,586	10,526	,002
	Within Groups	161,343	125	1,291		
	Total	174,929	126			
Dejavnik dodatne ugodnosti	Between Groups	23,597	1	23,597	20,870	,000
	Within Groups	141,332	125	1,131		
	Total	164,929	126			
Dejavnik priporočila prijateljev	Between Groups	8,446	1	8,446	6,100	,015
	Within Groups	173,081	125	1,385		
	Total	181,528	126			
Dejavnik priporočila staršev	Between Groups	11,268	1	11,268	8,174	,005
	Within Groups	172,322	125	1,379		
	Total	183,591	126			
Dejavnik priporočila delodajalca	Between Groups	5,320	1	5,320	2,965	,088
	Within Groups	224,270	125	1,794		
	Total	229,591	126			
Dejavnik vse na enem mestu zavarovano	Between Groups	,507	1	,507	,306	,581
	Within Groups	207,241	125	1,658		
	Total	207,748	126			
Dejavnik ugled zavarovalnice	Between Groups	,568	1	,568	,428	,514
	Within Groups	165,952	125	1,328		
	Total	166,520	126			